

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของ การท่องเที่ยวเพื่อชุมชน (Tourist Behaviors and Economic/ Social Benefits for Tourism - Related Communities)

ภายใต้ชุดโครงการ
การศึกษาเศรษฐกิจท่องเที่ยวชุมชนอย่างครบวงจร: จากโซเชียลมีเดียถึงชุมชนท่องเที่ยว
A Full Cycle Analysis of Tourism Economy: From Social Media to
Tourism – Related Communities)

โดย
ศ.ดร. มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ

สิงหาคม 2562

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 1

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของ การท่องเที่ยวเพื่อชุมชน

(Tourist Behaviors and Economic/ Social Benefits for
Tourism - Related Communities)

ภายใต้ชุดโครงการ

การศึกษาเศรษฐกิจท่องเที่ยวชุมชนอย่างครบวงจร: จากโซเชียลมีเดียถึงชุมชนท่องเที่ยว
(A Full Cycle Analysis of Tourism Economy: From Social Media to
Tourism - Related Communities)

โดย

ศ.ดร. มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และนายอรรถพันธ์ สารวงศ์
มูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ

ร่วมกับ

ผศ. อริยา เผ่าเครื่อง	มหาวิทยาลัยพะเยา
อ. ดร.อัศรพงศ์ อันทอง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผศ. ดร.ระพีพัฒน์ ภาสบุตร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อ. ดร.ศิวาพร ฟองทอง	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อ. สาวิณี สุริยันรัตกร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผศ. ดร.รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร

สนับสนุนโดย

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

กระแสการท่องเที่ยววิถีไทยที่ต้องการให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลักไปสู่แหล่งท่องเที่ยวรอง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน ทำให้ส่วนราชการต่างๆ มีการสนับสนุนและส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวชุมชนได้ในประเทศไทยได้มีการเริ่มต้นมาตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 2530 และมีพัฒนาการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งบางพื้นที่ได้ดำเนินการมานานและประสบความสำเร็จ เกิดผลกระทบชัดเจน โดยเฉพาะผลในเชิงเศรษฐกิจ ในการศึกษาจะนำเสนอวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งวิเคราะห์จากกรณีศึกษา 21 แห่ง ประกอบด้วยชุมชนโฮมสเตย์ ชุมชนผลิตภัณฑ์ชุมชน และชุมชนกิจกรรมวันเดียว การศึกษานี้ โดยสามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วนตามวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

- 1) วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว
- 2) ศึกษาผลประโยชน์สุทธิที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยว และวิธีการจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน
- 3) พฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 4) บทบาทของภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่น และบทบาทของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชน
- 5) เสนอแนวทางวิจัยและพัฒนาที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนมีความหลากหลายและมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าและยั่งยืน

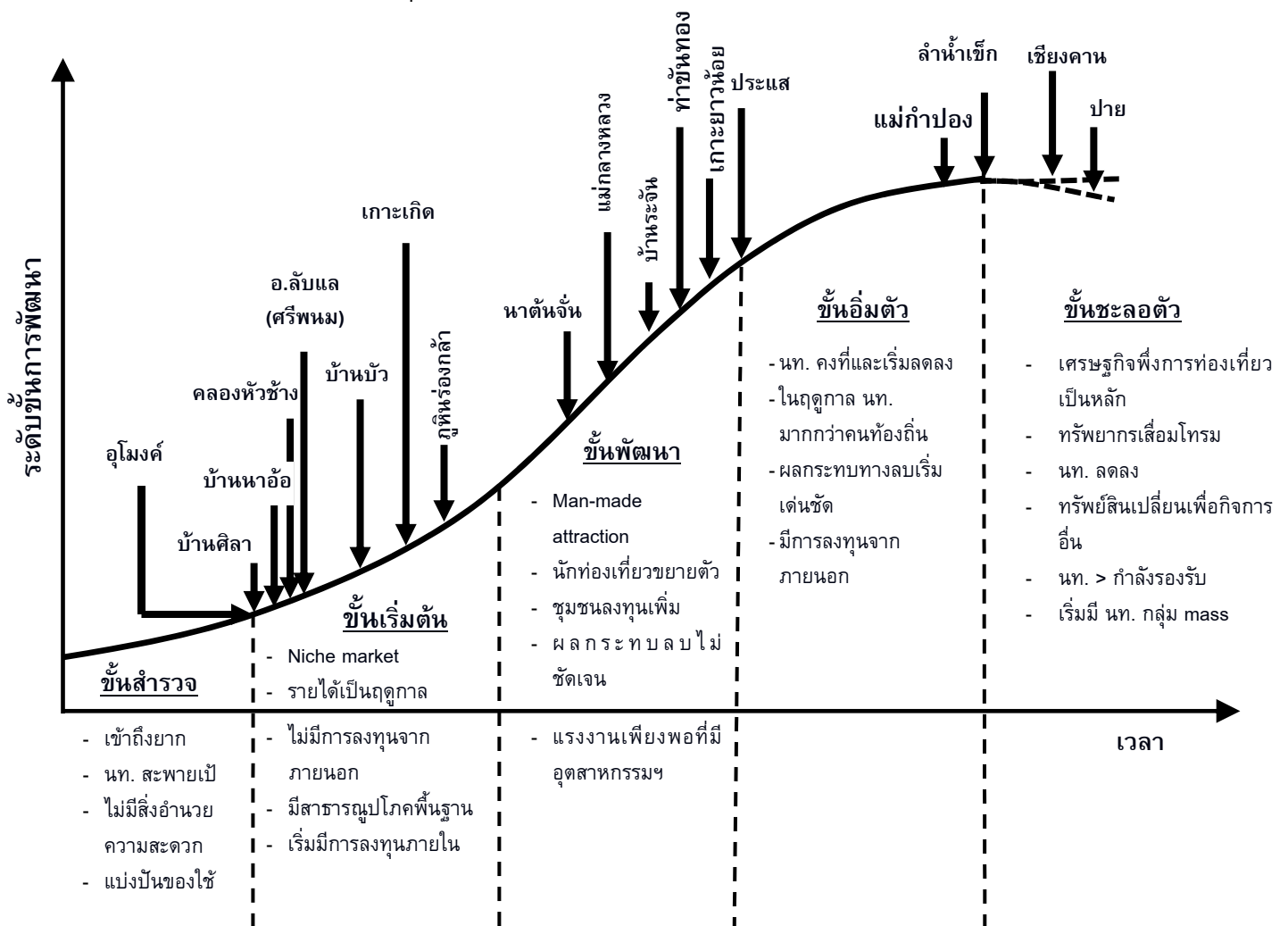
1 วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว

จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวชุมชนของพื้นที่กรณีศึกษาโดยเฉพาะชุมชนโฮมสเตย์ มีสาเหตุสำคัญสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ชุมชนที่มีวิถีชีวิตในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากเศรษฐกิจหลักในชุมชนได้ซบเซาลง บางที่มีได้รับการคุกคามภายนอก หรือมีภาพลักษณ์ชุมชนในเชิงลบ และต้องการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างโอกาสใหม่ให้แก่พื้นที่ และ 2) ชุมชนที่เห็นโอกาสจากการพัฒนาผลงานในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่อง จนเป็นชุมชนต้นแบบด้านต่างๆ เช่น ชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนโอท็อป ชุมชนสมุนไพร เป็นต้น และต้องการนำทุนเหล่านี้มาพัฒนาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยว

พื้นที่ศึกษาในโครงการนี้ มีขั้นของการพัฒนาค่อนข้างมีความแตกต่างกัน เนื่องด้วยเวลาในการพัฒนาไม่เท่ากัน ส่วนใหญ่ดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 10 ปี โดยมีหลายชุมชนที่ดำเนินการอยู่ในขั้นของการพัฒนาและได้รับรางวัลการันตีมาตรฐานการดำเนินงานในระดับนานาชาติ เช่น ชุมชนเกาะยาวน้อย จ. พังงา ได้รับรางวัล ASEAN Homestay Standard 2016-2018 ชุมชนแม่กำปอง จ. เชียงใหม่ ได้รับรางวัล PATA Gold Awards 2010 และ ASEAN Homestay Award 2016 หรือบ้านนาต้นจั่น จ. สุโขทัย ได้รับรางวัล PATA Gold Awards 2012 และ ASEAN Homestay Award บ้านเชียง จ. อุดรธานี ได้รับรางวัล

ASEAN Community Based Tourism Standard Award (2017-2019) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเกิดผลสำเร็จซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ทั้งนี้ การพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะช้าหรือเร็ว ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานในการจัดการท่องเที่ยว คือ **ความสมบูรณ์ของทุนประเดิม** ซึ่งเป็นทุนที่มีอยู่แล้วในชุมชนเป็นทุนเดิม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและบริบทของชุมชนของแต่ละชุมชน โดยชุมชนที่มีทุนธรรมชาติที่โดดเด่น เช่น มีภูเขา ป่า แม่น้ำ ตั้งอยู่บนที่สูง มีจุดชมวิว มีสภาพอากาศเย็นสบาย เป็นต้น ย่อมมีข้อได้เปรียบ เพราะทุนธรรมชาติเป็นตัวเสริมสำคัญที่ทำให้พื้นที่มีบรรยากาศที่ผ่อนคลายเหมาะแก่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวหรือบางพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมหรือทุนภูมิปัญญาที่เป็นองค์ความรู้เฉพาะในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น การทอผ้า การปรุงสมุนไพร หรือมีภูมิปัญญาโดดเด่นด้านเกษตร เช่น การผลิตข้าวอินทรีย์ ก็มักจะได้รับความสนใจจากลูกค้ากลุ่มศึกษาเรียนรู้หรือคณะดูงาน หรือบางพื้นที่ที่มีความหลากหลายของทุนประเดิมในพื้นที่ ก็จะได้เปรียบในการจัดการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถใช้ทุนเหล่านี้สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจลูกค้าได้หลากหลายประเภท ส่งผลถึงโอกาสในการพัฒนาบริการต่างๆ ในห่วงโซ่การท่องเที่ยว และการสร้างรายได้ในชุมชน



ที่มา: มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2561)

รูปที่ 1 ระดับขั้นของการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยวตามวงจรของบัทเลอร์ ณ ปี พ.ศ. 2561

นอกจากจากปัจจัยด้านกายภาพที่เป็นข้อได้เปรียบพื้นฐานของชุมชนแล้ว การขับเคลื่อนท่องเที่ยวชุมชนนั้น มักเริ่มต้นมาจากความสนใจของกลุ่มคนเล็กๆ ในชุมชนที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น กลุ่มเครือญาติ กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มสตรี เป็นต้น และมีความต้องการที่จะใช้ทุนประเดิมที่กล่าวข้างต้นเพื่อสร้างโอกาสด้านการท่องเที่ยวและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในชุมชน โดยกลุ่มเหล่านี้เป็นกลุ่มที่อาจจะเคยต่อสู้มาด้วยกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกันอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งถือว่าเป็นทุนทางสังคมสำคัญที่ทำให้เกิดการความร่วมมือร่วมใจและร่วมกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวกันเองในช่วงแรกเริ่มที่ยังไม่มีบุคคลภายนอกมาสนับสนุน

นอกจากนี้ ในกลุ่มจะมีผู้นำกลุ่ม ซึ่งผู้นำในแต่ละพื้นที่จะมีลักษณะร่วมที่สำคัญ คือ มีบทบาทเป็นผู้นำของชุมชน องค์กร หรือกลุ่มในชุมชนอยู่แล้ว ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีลักษณะเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มีความรู้ และมองเห็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงมีเครือข่ายทั้งภายในภายนอกชุมชน ทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวชุมชนได้ง่าย และผลักดันให้เกิดการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง อย่างไรก็ตาม ชุมชนส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี จึงจะสามารถตั้งตัวได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างมั่นคง

2 การจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน

ชุมชนกรณีศึกษามีรูปแบบการจัดสรรผลประโยชน์ที่แตกต่างกันไปตามบริบทของพื้นที่ โดยชุมชนโฮมสเตย์ ซึ่งมีการกระจายผลประโยชน์ให้สมาชิกทั้งแบบเรียงลำดับคิวสำหรับชุมชนที่มีกลุ่มลูกค้าต่อครั้งจำนวนน้อย หรือแบบกระจายให้สมาชิกทุกคนเท่าๆ กัน สำหรับชุมชนดูงานที่ลูกค้ามาครั้งละจำนวนมาก หรือใช้ทั้ง 2 รูปแบบร่วมกัน เพื่อจัดสรรให้สมาชิกทุกคนได้รับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมตามโอกาสที่ได้รับลูกค้าในแต่ละครั้ง

นอกจากนี้ บางพื้นที่ยังมีการหักเงินบางส่วนเป็นเงินกองกลางของกลุ่ม เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันภายในกลุ่มหรือเป็นสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก เช่น เป็นเงินสำหรับทำกิจกรรมของกลุ่ม เงินสวัสดิการยามเจ็บป่วยให้สมาชิกกลุ่ม เงินสำหรับให้สมาชิกกู้ยืมใช้ยามฉุกเฉิน เป็นต้น บางพื้นที่ยังมีการจัดสรรผลประโยชน์ไปสู่บุคคลในชุมชนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มและสาธารณะประโยชน์ สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม เพื่อที่จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน

3 ผลประโยชน์สู่ทางเศรษฐกิจ

ผลจากดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นรูปธรรม สะท้อนจากขนาดรายได้ที่เกิดขึ้นในแต่ละชุมชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความน่าดึงดูดใจของพื้นที่ที่ส่งผลต่อจำนวนลูกค้าและประเภทของกลุ่มลูกค้า อย่างไรก็ตาม การพิจารณาเฉพาะรายรับอาจจะไม่เห็นผลได้ที่แท้จริง เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนส่วนใหญ่ เกิดจากการที่ชาวบ้านนำเงินส่วนตัวมาลงทุน ถือเป็นต้นทุนขัดแย้งที่เกิดจากการตัดสินใจทำการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาการลงทุนของครัวเรือน จะพบว่า โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมที่มีการลงทุนเริ่มแรกสูง สังเกตจากระยะเวลาคืนทุนที่ค่อนข้างช้ากว่ากิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งบางรูปแบบการลงทุน เช่น ต่อเติมบ้าน สร้างใหม่ทั้งหลัง ยังไม่สามารถคืนทุนได้ภายใน 10 ปี สำหรับบางพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานของครัวเรือนที่ทำโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ก็ยังมีผลกำไรสุทธิเป็นบวก โดยเฉพาะบ้านที่มีการลงทุนปรับปรุงน้อย (ใช้

ประโยชน์จากบ้านเดิม) แต่สำหรับกรณีที่มีการลงทุนปรับปรุงมาก (มีการต่อเติม) และลงทุนสร้างใหม่ทั้งหลัง พบว่า ยังมีผู้ลงทุนบางรายที่ผลสุทธียังขาดทุน โดยพบว่ากำไรสุทธิในกรณีโฮมสเตย์ที่มีการลงทุนปรับปรุงเล็กน้อย มีค่าอยู่ระหว่าง 5.05 - 50.81 บาทต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท ในขณะที่กรณีปรับปรุงมาก และสร้างใหม่ มีการขาดทุนสุทธิสูงสุดถึง 237.00 บาทต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท และมีกำไรสุทธิสูงสุด 73.22 บาทต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท

อย่างไรก็ดี เจ้าของโฮมสเตย์มักไม่คำนึงถึงการต้นทุนลงทุนด้านสิ่งก่อสร้างว่าเป็นส่วนหนึ่งของกำไรขาดทุน เพราะถือว่าเป็นการลงทุนเพื่อประโยชน์ส่วนตนด้วย คือ เป็นการสร้างบ้านเรือนรอลูกหลาน หรือเป็นการลงทุนในการเก็บทรัพย์สินของตัวเอง (Store of Value) ไว้ในรูปที่พักอาศัย ดังนั้น เจ้าของที่พักโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จึงค่อนข้างที่จะพอใจกับผลกำไรสุทธิที่ได้ แม้จะมีผลสุทธิต่อข้างต่ำก็ตาม

สำหรับผลวิเคราะห์ผลตอบแทนรายบริการ พบว่า บริการมัคคุเทศก์ การแสดง และกิจกรรมฐานเรียนรู้จะให้ผลตอบแทนสุทธิต่อข้างสูง เพราะมีต้นทุนการลงทุนน้อยและส่วนใหญ่เป็นการต่อยอดทุนเดิมที่เคยมีอยู่แล้ว ส่วนกิจกรรมที่ให้ผลตอบแทนสุทธิต่อข้างที่จะดีมาและสอดคล้องกันเกือบทุกชุมชนก็คือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่บริการอาหารเป็นอีกหนึ่งกลุ่มบริการสร้างขนาดผลตอบแทนสุทธิได้ค่อนข้างสูง ($NPV = 369,475 - 10,564,605$ บาท) ซึ่งเป็นขนาดที่ใหญ่กว่าขนาดผลตอบแทนที่ได้จากโฮมสเตย์ของชุมชนโดยทั่วไป (ไม่รวมเชียงคาน ประแส และแม่กลางหลวง) ภายใน 10 ปี และมีระยะเวลาคืนทุนที่เร็วกว่า

จะพบว่า กิจกรรมโฮมสเตย์ไม่ได้เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนสุทธิสูงสุด เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ต้องลงทุนเริ่มแรกสูง ซึ่งการลงทุนจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความพร้อมพื้นฐานของบ้านโฮมสเตย์ของแต่ละครัวเรือนว่าต้องปรับปรุง ต่อเติม หรือสร้างใหม่ รวมถึงต้องลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆ สำหรับรองรับแขก เช่น เตียง เครื่องนอน เครื่องใช้แขก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า ในพื้นที่ที่ลูกค้าส่วนใหญ่มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อไปเที่ยวพักผ่อน จะพบว่า ในพื้นที่เหล่านั้น ได้แก่ เชียงคาน ประแส นาด้มนันท์ เกาะเกิด เป็นพื้นที่ที่มีการลงทุนในบริการที่พักทุกรูปแบบมีความคุ้มค่าในการลงทุน ในขณะที่บางพื้นที่ที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน การลงทุนเพียงแค่ต่อเติมบ้าน ก็ยังไม่ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าได้สะท้อนให้เห็นถึงประเภทลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการขนาดรายได้ ขนาดการลงทุน ซึ่งส่งผลต่อกำไร ดังนั้น การลงทุนควรพิจารณาลักษณะตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้มีระดับการลงทุนนั้นสอดคล้องกับรายรับที่จะได้มา

4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลสะท้อนกลับจากการดำเนินงานประการหนึ่ง คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้ได้สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อบริการต่างๆ ของชุมชนท่องเที่ยวกรณีศึกษา จะพบว่า ในภาพรวม จากชุมชนโฮมสเตย์กรณีศึกษาทั้งหมด 17 แห่ง มี 15 แห่ง ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เกินกว่าร้อยละ 80 ของผู้ตอบ และเมื่อพิจารณารายด้าน จะพบว่า สิ่งนี้นักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญ และชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่าที่คาดหมาย คือ ด้านสภาพแวดล้อม และบรรยากาศการท่องเที่ยวของชุมชน สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนส่วนใหญ่สามารถจัดการสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในชุมชนได้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเดินทางของลูกค้า

(มาท่องเที่ยว/ มาดูงาน) อย่างไรก็ดี ในด้านวิถีชีวิต/ อัตลักษณ์ชุมชน และด้านช่องทางการติดต่อ/ เข้าถึงข้อมูลบริการ พบว่า ยังมีเพียงชุมชนส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถดำเนินงานได้เป็นที่น่าพอใจเกินความคาดหวังของนักท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวอาจจะยังไม่ได้รับประสบการณ์ด้านวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนเท่าที่ควร รวมถึงยังคงมีปัญหาการเข้าถึงข้อมูลบริการ ซึ่งบางพื้นที่พบว่า ช่องทางการติดต่อไม่มีความหลากหลาย หรือข้อมูลที่ให้ไว้ไม่เป็นปัจจุบัน

5 บทบาทของหน่วยงาน/ อปท.

บทบาทของภาครัฐต่อการท่องเที่ยวชุมชนมีมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งก่อนและหลังการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยการส่งเสริมก่อนที่ชุมชนจะจัดการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมตามวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงอุตสาหกรรม หรือกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมุ่งส่งเสริมกลุ่มอาชีพ และกลุ่มภูมิปัญญาต่างๆ ในชุมชนชนบท ซึ่งการสนับสนุนดังกล่าวมีส่วนช่วยให้ภูมิปัญญาเหล่านี้มีความโดดเด่น และสามารถใช้เป็นทุนประเดิมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในเวลาต่อมา

ต่อมาเมื่อชุมชนเริ่มต้นจัดการท่องเที่ยวและเป็นกลุ่มรูปธรรมมากขึ้น ก็จะเริ่มมีหน่วยงานเข้ามาให้ความช่วยเหลือ เช่น สถาบันการศึกษา ที่เข้ามาสนับสนุนองค์ความรู้เชิงวิชาการและเป็นที่ปรึกษาให้ชุมชน นอกจากนี้ชุมชนท่องเที่ยว มักจะให้ความสนใจกับการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวตามข้อกำหนดของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งชุมชนท่องเที่ยวที่ผ่านการประเมินจะมีโอกาสได้รับงบประมาณสนับสนุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้ ยังมีอีกหลายหน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น รวมถึงธนาคารของรัฐ เช่น ธนาคารออมสิน และ ธกส. เป็นต้น

สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ส่วนใหญ่ แม้จะไม่ได้มีบทบาทโดยตรงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน แต่ผลจากหน้าที่ในการพัฒนาพื้นที่ก็มีผลทางอ้อมที่เอื้อให้การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนสะดวกมากขึ้น

6 แนวทางปฏิบัติที่ดีในชุมชนกรณีศึกษา

จากกรณีศึกษา จะพบว่า มีหลายพื้นที่ที่มีผลงานโดดเด่นที่สามารถเป็นตัวอย่างในการดำเนินงานให้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ ได้แก่

- 1) ด้านการตลาด ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการสื่อสารแบรนด์ ที่นำเอาเรื่องราววีรชนบ้านระจันมาเป็นจุดขาย โดยจำลองบรรยากาศในรูปแบบตลาด
- 2) ด้านการจัดการสารสนเทศหรือนวัตกรรมบริการ บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) เป็นช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้า
- 3) ด้านการควบคุมคุณภาพบริการ ชุมชนบ้านท่าช้างทอง จ.เชียงราย เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการรักษามาตรฐานคุณภาพบริการ โดยมีการข้อตกลงร่วมกัน
- 4) ด้านการจัดสรรผลประโยชน์ กลุ่มเรือบ้านเดิม จ.อุดรธานี และบ้านดอกบัว จ.พะเยา เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการจัดสรรผลประโยชน์ไปสู่สาธารณะ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยทำให้การจัดการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเกิดความยั่งยืน

5) **ด้านการจัดการแหล่งเรียนรู้** ตำบลโอมงค์ จ.ลำพูน เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการพัฒนา นวัตกรรมชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาและบริการชุมชน แบบใหม่ๆ ทำให้เป็นต้นแบบของชุมชนอื่นๆ ที่ต้องการมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้

6) **ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย อบท.** ประแส จ.ระยอง เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการ สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านท่องเที่ยว เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสในด้านท่องเที่ยวของชุมชน

7) **ด้านธรรมาภิบาล** เกาะยาวน้อย จ.พังงา เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการบริหารจัดการที่ อาศัยหลักธรรมาภิบาล ซึ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วม มีความโปร่งใส และมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม แนวทางปฏิบัติที่ดีของชุมชนหนึ่ง อาจจะได้ไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับทุกชุมชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทชุมชน ความพร้อม หรือข้อจำกัดของชุมชน

7 ข้อเสนอแนะ

- การพัฒนาที่สอดคล้องตามตามบริบทของชุมชน สืบเนื่องจากบริบทและรูปแบบของ ชุมชนท่องเที่ยวมีความหลากหลาย การเข้าไปพัฒนาชุมชนแบบนโยบายเดียวไม่น่าจะมีประสิทธิผล
- ผู้พัฒนาควรมีเข้าใจมีความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพพื้นฐานของชุมชนนั้น ข้อพึงระวังก็คือ จะต้องตระหนักว่าไม่ใช่ทุกชุมชนสามารถพัฒนาเป็น ชุมชนท่องเที่ยวได้เสมอไป ความพยายามที่จะ พัฒนาโดยไม่ดูศักยภาพอาจจะทำให้ชุมชนต้องลงทุนอย่างเสียเปล่า
- การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีการจับคู่ตลาดที่ถูกต้อง จึงสามารถทำการตลาดและพัฒนา ระบบรองรับที่ตรงกับเป้าหมายได้
- นักพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวควรมีความเข้าใจเศรษฐกิจท่องเที่ยวของชุมชนนั้นๆ เพื่อที่จะ ได้ให้คำแนะนำแก่ชาวบ้านได้อย่างถูกต้อง
- ต้องมีการวางแผนและพัฒนาทักษะตลอดห่วงโซ่อุปทาน เช่น ความรู้ในเรื่องการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทักษะ และทัศนคติด้านการบริการมาตรฐาน เป็นต้น
- เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัย เพราะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงการปรับปรุง สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท
- ชุมชนควรได้รับการส่งเสริมในการสร้างรูปแบบและกิจกรรมใหม่ๆ เมื่อเวลาผ่านไป กิจกรรมเหล่านี้ได้ขยายตัวออกไปและรู้จักกันในวงกว้างแล้ว ทำให้มีความน่าสนใจลดลง
- ควรเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์ ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติและ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปมาแล้วมานำเสนอจุดเด่นของแต่ละพื้นที่
- สนับสนุนและเผยแพร่วิธีการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ชุมชนท่องเที่ยวต้องควร ศึกษาหาความรู้ถึงวิธีการจัดสรรผลประโยชน์ที่เหมาะสมกับบริบทชุมชนของตน
- มีข้อตกลงด้านการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ควรมีข้อตกลงภายในด้าน จำนวนนักท่องเที่ยวที่รับได้ และสร้างกลไกการแจ้งข่าว การรับรอง และขีดจำกัดในการรองรับแต่ละวัน
- การพัฒนาทุนมนุษย์และ อบท. เช่น การนำแกนนำไปพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้กัน การพัฒนาคนรุ่นใหม่ ที่จะกลับมาช่วยชุมชนในด้านประสานกับโลกสารสนเทศและการตลาดได้ง่ายขึ้น

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนกำลังได้รับความนิยมและได้รับการส่งเสริมจากส่วนราชการต่างๆ โดยมีสมมติฐานว่าการท่องเที่ยวชุมชนสามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนท้องถิ่น โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว 2) ศึกษาผลประโยชน์สุทธิที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยว และวิธีการจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน 3) พฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) บทบาทของภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่น และบทบาทของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชน 5) เสนอแนวทางวิจัยและพัฒนาที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนมีความหลากหลายและมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าและยั่งยืน

จากการศึกษานี้พบว่า ชุมชนกรณีศึกษามีจุดเริ่มต้นมาจากความต้องการให้การท่องเที่ยวเป็นทางเลือกใหม่ เนื่องมาจากชุมชนเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น เศรษฐกิจหลักของชุมชนซบเซาลง หรือชุมชนมีภาพลักษณ์ในเชิงลบว่ามีการตัดไม้ทำลายป่า หรือบางชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเป็นพื้นที่ต้นแบบสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับชุมชนอื่นๆ และมีความต้องการสร้างบริการที่พักและอาหารรองรับผู้มาเยือน

ในด้านการจัดสรรผลประโยชน์ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนพยายามกระจายผลประโยชน์ให้สมาชิกอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะชุมชนโฮมสเตย์ที่มีการจัดลำดับคิว หรือกระจายลูกค้าให้สมาชิกทุกคนเท่าๆ กัน นอกจากนี้ บางพื้นที่ยังมีการจัดสรรผลประโยชน์บางส่วนให้กับบุคคลนอกกลุ่มและสาธารณประโยชน์ด้วย

จากการศึกษาผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ พบว่า กิจกรรม/บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวต่างๆ มีผลตอบแทนคุ้มค่าการลงทุน โดยเฉพาะภาคที่พัก การแสดง และฐานเรียนรู้ ซึ่งบริการเหล่านี้มีต้นทุนต่ำมาก นอกจากนี้ บริการอาหาร ซึ่งเป็นบริการที่สร้างขนาดผลตอบแทนได้สูงและคืนทุนเร็ว ในขณะที่โฮมสเตย์ ซึ่งเป็นบริการที่มีการลงทุนเริ่มแรกค่อนข้างสูงกว่าบริการอื่นๆ โดยเปรียบเทียบ พบว่า บางพื้นที่ยังไม่สามารถคืนทุนได้ภายในระยะ 10 ปี และในภาพรวมบริการโฮมสเตย์ยังคืนทุนได้ช้ากว่าบริการสนับสนุนท่องเที่ยวอื่นๆ

ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการชุมชนโฮมสเตย์ พบว่า ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การเดินทางของผู้ใช้บริการ โดยในชุมชนที่ลูกค้าส่วนใหญ่มาเที่ยวแบบพักผ่อน พบว่า ผู้ที่ร่วมเดินทางมาด้วยกันกับกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน และส่วนใหญ่มีช่องทางการรับข้อมูลชุมชนผ่านทางเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ Facebook และส่วนใหญ่จะใช้นาฬิกาพกพาที่ใช้เดินทางมาชุมชนเป็นรถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่ชุมชนที่ลูกค้าส่วนใหญ่มาศึกษาดูงาน พบว่า ผู้ร่วมเดินทางก็คือคณะที่เดินทางมาด้วยกัน และส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลชุมชนมาจากการแนะนำของหน่วยงาน เช่น หน่วยงานภาครัฐ หรือ อบต. ที่จัดให้มีการศึกษาดูงาน หรือมหาวิทยาลัย รวมถึงอาจมีการบอกต่อหรือแนะนำโดยเพื่อนหรือญาติ และส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะด้วยรถตู้หรือรถทัวร์

ในด้านความพึงพอใจ ในภาพรวม ชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีเป็นที่พึงพอใจสำหรับลูกค้า แต่ยังมีองค์ประกอบบางด้านที่ลูกค้ายังคงคาดหวังที่จะได้รับจากชุมชนเพิ่มขึ้น คือ วิธีหรืออัตลักษณ์ที่สะท้อนจุดเด่นของชุมชน รวมถึงช่องทางการเข้าถึงข้อมูลบริการต่างๆ ของชุมชน ที่อาจจะต้องเพิ่มช่องทางที่สะดวกและมีการเคลื่อนไหวข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของภาครัฐบาลมีบทบาทส่งเสริมทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นการส่งเสริมผ่านโครงการสนับสนุนต่างๆ นอกจากนี้ สถาบันการศึกษายังเป็นอีกหนึ่งหน่วยงานที่สำคัญ ที่ได้เข้าไปสนับสนุนทางองค์ความรู้ทางวิชาการให้กับชุมชน ส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแม้จะไม่ได้มีส่วนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยตรงแต่ผลจากการพัฒนาชุมชนในภาพรวมก็ทำให้โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ในชุมชนมีความพร้อมและเอื้อประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวด้วย

ผลจากการพัฒนา พบว่า แต่ละชุมชนสามารถสร้างจุดเด่น หรือนวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีได้ เช่น การตลาด การควบคุมคุณภาพบริการ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ซึ่งแนวทางเหล่านี้สามารถเป็นต้นแบบให้กับชุมชนอื่นๆ และสามารถนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับชุมชน เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตนเองได้

ข้อเสนอแนะที่สำคัญ คือ 1) การพัฒนาควรสอดคล้องตามตามบริบทของชุมชน สืบเนื่องจากบริบทและประเภทของชุมชนท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ดังนั้น การเข้าไปพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวแบบนโยบายสูตรเดียวไม่น่าจะมีประสิทธิผล 2) ผู้พัฒนาควรมีเข้าใจมีความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพพื้นฐานของชุมชน และ 3) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีการจับคู่ตลาดที่ถูกต้อง

Abstract

Currently, community tourism is gaining popularity and is promoted by various government organizations, assuming that community tourism can generate additional income for local communities. This project aims to 1) study the evolution and development of the tourism community; 2) study the ways of allocating the tourism benefits to the community; 3) evaluate the net economic benefits according to tourism-related household; 4) study the behavior and evaluate the satisfaction of tourists using the community tourism service and 5) study the role of central and local government and the role of the tourism industry in community tourism.

We found that the community case studies have evolved from the need for tourism as a new alternative solution to economic and social crisis, e.g. economic slump or a negative public image from deforestation. Other communities have developed from its seeing an opportunity arising from role models for learning to other communities which create demand for lodging and food for visitors.

In terms of benefit allocation, community tourism groups have tried to spread the benefits to its members equitably and inclusively, especially the homestay community, where queues are arranged or distributed to all members equally. In addition, some communities also provide some benefits to community members who do not participate in tourism activities and the public.

Based on the economic returns, it was found that tourism activities/ services provided a positive return on investment, especially sight-seeing guides, performances and learning bases, because these services have also very low cost. In addition, the food service tend to generates high and fast returns.

Homestays need higher initial investment than other services by comparison and some homestays have not been able to pay back within 10 years. In general, homestay services also pay back more slowly than other tourism services.

For tourism behavior of users, it is found that it depends on the travel objectives of the users. In the communities where most customers come to relax, find those who travel with the sample. Most of them are family and friends. Most have a channel to receive community information via websites and social media, especially Facebook. Most of the vehicles used to travel to the community are private cars. While the communities where most customers come to learn, it is found that traveling partners are groups of people traveling together. Most of them

received community information from the advice of agencies such as government agencies, local authorities or university, including may be told or recommended by friends or relatives. Most travel to a group with a van or tour bus.

In addition, most tourism communities can create a favorable environment and atmosphere for their customers. But there are also some elements that customers still expect to gain from the community: a local lifestyle or identity that reflects the uniqueness of the community. Moreover, the information channels of the community may be more convenient and show more continuous data movement.

A number of government organizations play both direct and indirect role, which are promoted through support programs. In addition, educational institutions are another important organization to provide academic support to the community. For local government organizations, even though they do not directly participate in community tourism development, but the result of community development as a whole can makes community infrastructure more readily available and facilitates tourism management.

The results of the community based tourism development show that each community can create a unique or innovative tourism management that is a good practice such as marketing, service quality control, information technology, etc. These approaches can be modeled for other communities and can be adapted to the community to further enhance their tourism management capabilities.

Our suggestions include: 1) Development should be in accordance with the context of the community, given the diverse context and type of tourism community. Therefore, the development of a single one-size-fit-all policy is unlikely to be effective; 2) Developers should have a good understanding of the underlying potential of the community and 3) Tourism development must have the right market matching.

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร.....	ก
บทคัดย่อ.....	ข
Abstract.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 กรอบแนวคิด	3
1.4 ข้อยกเว้นในการศึกษา.....	7
1.5 การนำเสนอรายงาน.....	7
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	9
2.1 ทบทวนวรรณกรรม	9
2.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	9
2.1.2 ความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	10
2.1.3 โมเดลวงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยว	12
2.1.4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	14
2.1.5 พัฒนาการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย	17
2.1.6 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์	21
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
2.2.1 การสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับชุมชนผ่านเครื่องมือวิจัย	25
2.2.2 ประเด็นการวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในปัจจุบัน.....	28
2.2.3 การวิเคราะห์ผลกระทบชุมชนและการถอดบทเรียน	29
2.2.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	32
บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....	35
3.1 ขอบเขตการศึกษา.....	35
3.1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา	35
3.1.2 ขอบเขตการวิเคราะห์.....	35
3.2 การวิเคราะห์วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว.....	37

3.3 การวิเคราะห์ผลตอบแทน.....	37
3.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจ.....	40
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	43
4.1 วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว.....	43
4.1.1 สาเหตุของการเริ่มต้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	44
4.1.2 ขั้นตอนการพัฒนา.....	48
4.1.3 บริบทและความพร้อมเบื้องต้นในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน.....	49
4.1.4 ลักษณะของการท่องเที่ยวของชุมชน.....	55
4.2 วิธีการจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน.....	56
4.3 ผลประโยชน์สุทธิทางเศรษฐกิจที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยว.....	59
4.3.1 ความคุ้มค่าทางการเงิน.....	60
4.3.2 ความคุ้มค่าทางบัญชี.....	62
4.4 พฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	65
4.4.1 กลุ่มชุมชนโฮมสเตย์.....	65
4.4.2 กลุ่มท่องเที่ยววันเดียว.....	71
4.5 บทบาทของภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่น และบทบาทของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชน.....	72
4.5.1 บทบาทของภาครัฐบาลและส่วนกลาง.....	72
4.5.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น.....	75
4.5.3 สถาบันการศึกษา.....	76
4.5.4 บทบาทของภาคเอกชน.....	76
4.6 แนวทางการปฏิบัติที่โดดเด่น.....	79
4.6.1 ด้านการตลาด: ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี.....	79
4.6.2 ด้านการจัดการสารสนเทศหรือนวัตกรรมบริการ: บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย.....	81
4.6.3 ด้านการควบคุมคุณภาพบริการ: ชุมชนบ้านท่าช้างทอง จ.เชียงราย.....	84
4.6.4 ด้านการจัดสรรผลประโยชน์: กลุ่มเรือบ้านเดียม จ.อุดรธานี บ้านบัว จ.พะเยา.....	85
4.6.5 ด้านการจัดการแหล่งเรียนรู้: ตำบลอุโมงค์ จ.ลำพูน.....	86
4.6.6 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย อบท.: ประแส จ.ระยอง.....	88

4.6.7 ด้านธรรมาภิบาล: เกะยาวน้อย จ.พังงา	89
4.7 สรุป	92
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	95
5.1 วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว	95
5.2 การจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน	97
5.3 ผลประโยชน์สุทธิทางเศรษฐกิจ.....	97
5.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	99
5.5 บทบาทของหน่วยงาน/ อปท.	99
5.6 แนวทางปฏิบัติที่ดีในชุมชนกรณีศึกษา.....	100
5.7 ข้อเสนอแนะ	102
5.7.1 แนวทางสำหรับนักพัฒนา	102
5.7.2 แนวทางสำหรับภาครัฐ (ส่วนกลาง).....	103
5.7.3 แนวทางสำหรับชุมชนท้องถิ่น	105
5.7.4 แนวทางสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.).....	107
บรรณานุกรม.....	109
ภาคผนวก	117
ภาคผนวกที่ 1 แบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของชุมชนโฮมสเตย์.....	119
ภาคผนวกที่ 2 แบบบันทึกข้อมูลวิเคราะห์ความคุ้มค่า.....	121

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 วิวัฒนาการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย	18
ตารางที่ 2.2 ตัวชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยตามประกาศกรมการท่องเที่ยว.....	23
ตารางที่ 2.3 โครงการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคเหนือ	26
ตารางที่ 2.4 สรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	33
ตารางที่ 3.1 พื้นที่ศึกษาภายใต้โครงการวิจัย	36
ตารางที่ 4.1 สาเหตุเริ่มต้นของชุมชนท่องเที่ยวกรณีศึกษา	46
ตารางที่ 4.2 ลักษณะชุมชนของชุมชนกรณีศึกษา.....	50
ตารางที่ 4.3 ชุมชนที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์.....	53
ตารางที่ 4.4 ประเภทกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว	55
ตารางที่ 4.5 ประเภทกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว (ต่อ).....	56
ตารางที่ 4.6 วิธีการกระจายลูกค้าของกลุ่มโฮมสเตย์	57
ตารางที่ 4.7 วิธีการจัดสรรผลประโยชน์	59
ตารางที่ 4.8 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) กิจการที่พักของชุมชนโฮมสเตย์.....	60
ตารางที่ 4.9 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ของกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว.....	61
ตารางที่ 4.10 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) กิจกรรมขนส่ง	61
ตารางที่ 4.11 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) บริการอาหาร	61
ตารางที่ 4.12 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) บริการสนับสนุนท่องเที่ยวอื่นๆ.....	62
ตารางที่ 4.13 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ของผลิตภัณฑ์ชุมชน	62
ตารางที่ 4.14 กำไรสุทธิต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท ของบริการที่พัก	63
ตารางที่ 4.15 กำไรสุทธิต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท ของกิจกรรมและบริการสนับสนุนการท่องเที่ยว	64
ตารางที่ 4.16 กำไรสุทธิต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท ของบริการขนส่ง/ การเดินทางท่องเที่ยว	65
ตารางที่ 4.17 กำไรสุทธิต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและของที่ระลึก	65
ตารางที่ 4.18 ลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในชุมชนโฮมสเตย์.....	66
ตารางที่ 4.19 ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการท่องเที่ยวชุมชน	68
ตารางที่ 4.20 ความพึงพอใจ ความคุ้มค่า และความประทับใจต่อชุมชน.....	70
ตารางที่ 4.21 องค์กรที่มีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน	78
ตารางที่ 4.22 จำนวนผู้ถูกใจและติดตามเฟสบุ๊คของชุมชนท่องเที่ยว	82
ตารางที่ 4.23 กฎการควบคุมมาตรฐานโฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง.....	84

สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 1.1 ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง	4
รูปที่ 1.2 ตัวอย่างแผนที่ผลลัพธ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน.....	6
รูปที่ 2.1 ขั้นตอนของวงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยว	13
รูปที่ 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว	17
รูปที่ 4.1 เส้นทางการเริ่มต้นชุมชนท่องเที่ยวในกรณีศึกษา	46
รูปที่ 4.2 ระดับขั้นของการพัฒนาของชุมชนกรณีศึกษา.....	49
รูปที่ 4.3 ชุมชนท่องเที่ยวกรณีศึกษาที่กระจายตามระดับความสูง	51
รูปที่ 4.4 ผังการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม.....	74
รูปที่ 4.5 ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ.สิงห์บุรี.....	79
รูปที่ 4.6 เฟสบุ๊คประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านนาต้นจั่น	82
รูปที่ 4.7 การจัดเตรียมบริการโฮมสเตย์ตามข้อตกลงของกลุ่มโฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง.....	85
รูปที่ 4.8 การกระจายผลประโยชน์ของกลุ่มเรือนานาเดียม.....	86
รูปที่ 4.9 รางวัลพระปกเกล้าทองคำ 2561 ด้านการเสริมสร้างเครือข่ายรัฐ เอกชน และประชาสังคม	88

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของโครงการ

ในปัจจุบัน ภาคการท่องเที่ยวนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 พบว่ามีการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวประมาณ 4 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.74 ของการจ้างงานทั้งหมด และสามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ได้ถึงร้อยละ 16.57 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงกว่า GDP ในภาคเกษตร นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวของไทยยังมีขีดความสามารถที่ทัดเทียมกับประเทศอื่นๆ และอยู่ในลำดับต้นๆ ของโลก โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่ 9 ของโลก มีรายรับจากการท่องเที่ยวสูงเป็นลำดับที่ 3 และรายรับสุทธิจากการท่องเที่ยวสูงลำดับที่ 2 ของโลก ซึ่งเป็นรองเพียงประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น (UNWTO, 2017) สะท้อนให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก และสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก

นอกจากการท่องเที่ยวกระแสหลักแล้ว ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มให้ความสนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น งานวิจัยของ Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI) (ม.ป.ป. อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ในปี พ.ศ. 2558 ระบุว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป โดยตลาดที่มีศักยภาพที่สุดกับประเทศที่กำลังพัฒนา คือ เยอรมัน ฝรั่งเศส สเปน เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร นอกจากนี้ บริษัททัวร์ยุโรปยังได้ตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีโอกาที่จะถูกนำเสนอให้กับบริษัททัวร์ในประเทศไทย ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่ทำให้การเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ง่ายขึ้น จากผลสำรวจของ Boston Consulting Group (BCG) (อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ระบุว่าร้อยละ 90 ของนักท่องเที่ยวจะใช้ข้อมูลจากสื่อสารสนเทศประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มประชากรสูงอายุ และกลุ่ม Generation Y ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยก็น่าจะได้รับอานิสงส์ดังกล่าวด้วย เนื่องจากประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมและมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว

ขณะเดียวกันภาครัฐก็ให้ความสำคัญและมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น โดยได้มีการประกาศให้การท่องเที่ยววิถีไทยเป็นวาระแห่งชาติ รวมถึงมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยในปัจจุบัน รวมถึงยกระดับมาตรฐานและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริงและเกิดความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมี

บทบาทสำคัญในการส่งเสริมด้านการตลาดท่องเที่ยว ยังได้ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยรณรงค์ให้มีการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น และในปี พ.ศ. 2558 ได้ประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย ภายใต้สโลแกน “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร” ต่อเนื่องมาถึงปี พ.ศ. 2560 ภายใต้สโลแกน “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกลับซึ่ง”

นอกจากนี้ ในยุคปัจจุบันที่สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีบทบาทสำคัญ สื่อสังคมออนไลน์หลายรูปแบบ เช่น Facebook YouTube Instagram เป็นต้น ได้ถูกนำมาใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนผ่าน Blogger หรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น Pantip Tripadvisor เป็นต้น และมีการตลาดที่สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยเฉพาะ เช่น Local alike เป็นต้น ซึ่งสื่อต่างๆ เหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนได้สะดวกมากขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้นด้วย

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยมีมาเกือบ 2 ทศวรรษแล้ว แต่มาขยายตัวอย่างเห็นได้ชัดเมื่อ 5 – 6 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีส่วนกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวในชุมชนเชียงคาน สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยระหว่างปี พ.ศ. 2557 – 2558 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเพิ่มถึง 2 เท่า จาก 400,000 คนเศษเป็น 800,000 คน ทำให้เศรษฐกิจของชุมชนโดยรอบมีการขยายตัวอย่างมหาศาล ในปัจจุบันประเทศไทยมีชุมชนท่องเที่ยวจำนวน 264 แห่ง (พจนานุกรม, 2560) มีหลายชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จและได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับอาเซียน เช่น บ้านเชียง จ.อุดรธานี บ้านไร่กองขิง จ.เชียงใหม่ บ่อหินฟาร์มสเตย์ จ.ตรัง บ้านปราสาท จ.นครราชสีมา บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่ ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีชุมชนจำนวนมากที่การท่องเที่ยวชุมชนที่ยังไม่มีเสถียรภาพและไม่ยั่งยืน เช่น บ้านผานกกก จ.เชียงใหม่ (มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ, 2549) คำถามสำคัญก็คือ ผลตอบแทนจากกิจกรรมท่องเที่ยวคุ้มค่าหรือไม่ และปัจจัยหรือที่มาแห่งความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคืออะไร ซึ่งการจะตอบโจทย์ดังกล่าวได้นั้น จำเป็นต้องศึกษาชุมชนที่ประสบความสำเร็จและชุมชนที่ยังอยู่ในช่วงการพัฒนา

แม้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนมักได้รับการหยิบยกให้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ส่วนใหญ่เกิดจากการลงทุนของชุมชนที่นำเอาทุนและทรัพยากรต่างๆ ในชุมชนทั้งที่เป็นทุนส่วนตัวและส่วนรวมมาใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น การให้บริการที่พัก กิจกรรมนันทนาการ บริการอาหาร จำหน่ายของฝากของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งหลายๆ บริการข้างต้น เกิดจากการลงทุนของชาวบ้านโดยตรง โดยเฉพาะการลงทุนทางการเงิน เช่น การลงทุนสร้างโฮมสเตย์ ดังนั้น การพิจารณาผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว หากพิจารณาเฉพาะรายได้ที่เพิ่มขึ้นของชาวบ้าน อาจจะไม่แสดงให้เห็นถึงผลได้สุทธิที่ชาวบ้านได้รับอย่างแท้จริง เนื่องจากชาวบ้านและชุมชนมีต้นทุนในการลงทุนทั้งที่เห็นเป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน

งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ผ่านมา ยังส่วนใหญ่ยังเป็นงานเชิงคุณภาพที่ยังขาดการวิเคราะห์เจาะลึกในเชิงปริมาณเพื่อให้เห็นรายได้สุทธิที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง แต่ก็มีบางงานการศึกษาที่ได้นำเสนอข้อมูลผลได้ในเชิงปริมาณของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ยกตัวอย่างเช่น การศึกษาของจิตติ จิตติ

จำเริญพร และคณะ (2558) ซึ่งได้แสดงข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า ในปี พ.ศ. 2557 ชุมชนท่องเที่ยว 30 แห่ง ในประเทศไทย มีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 28,500-11,875,500 บาท อย่างไรก็ตาม ข้อมูลดังกล่าวเป็นเพียงการแสดงรายรับรวมของชุมชน ซึ่งไม่ได้แยกให้เห็นถึงรายละเอียดว่ารายได้ที่เกิดขึ้นมาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้าง นอกจากนี้ ยังมีงานการศึกษาที่ได้พยายามคำนวณหามูลค่าที่เกิดจากการท่องเที่ยว คือ งานศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการท่องเที่ยวของท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ของพิชญนันท์ อมรพิชญ์ (2556) ที่พบว่าหลายพื้นที่มีกำไรเป็นลบ อย่างไรก็ตาม การศึกษาดังกล่าว ยังมิได้อภิปรายถึงจำนวนครัวเรือนและแรงงานที่มีส่วนร่วม หรืออภิปรายถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลว จึงขาดการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ และคุณภาพเข้าด้วยกัน ที่อภิปรายผลประโยชน์ที่เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม

การศึกษานี้ต้องการค้นหาว่า ความหวังที่รัฐบาลฝากไว้กับการท่องเที่ยวให้สร้างรายได้ไปจนถึงรากหญ้าจะเป็นจริงได้มากน้อยเพียงใด และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ควรเป็นอย่างไร โครงการนี้เป็นหนึ่งในโครงการย่อยภายใต้ “ชุดโครงการการศึกษาเศรษฐกิจท่องเที่ยวชุมชนอย่างครบวงจร: จากโซเซียลมีเดียถึงชุมชนท่องเที่ยว” โดยมีการศึกษาถึงรายได้สุทธิตลอดช่วงอายุโครงการ 10 ปี เพื่อหาจุดคุ้มทุนและผลตอบแทนสุทธิ รวมถึงศึกษาผลกระทบเชิงสังคมที่เกิดขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ โครงการนี้ยังศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในระดับชุมชน เพื่อสามารถเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงบริการในอนาคต

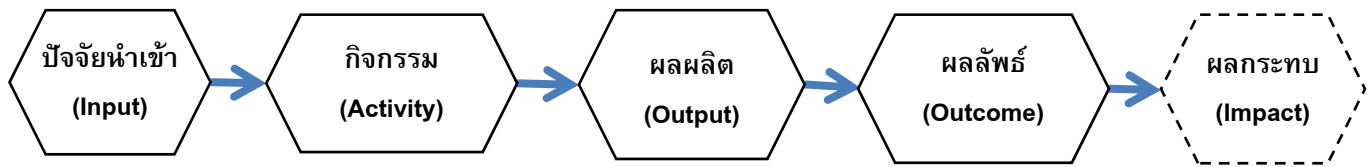
1.2 วัตถุประสงค์

- 1) ศึกษาวิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว
- 2) ศึกษาผลประโยชน์สุทธิทางเศรษฐกิจที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยว และวิธีการจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน
- 3) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 4) ศึกษาบทบาทของภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่นและบทบาทของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชน
- 5) เสนอแนวทางวิจัยและพัฒนาที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนมีความหลากหลายและมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าและยั่งยืน

1.3 กรอบแนวคิด

ในการศึกษาย่อยภายใต้โครงนี้ ได้ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change ซึ่งเป็นสมมติฐานการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยการเชื่อมโยงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการใช้ปัจจัยนำเข้าในดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างผลผลิตที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จนเกิดเป็นผลลัพธ์และผลกระทบ สามารถแสดงทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงได้ดังรูปที่ 1.1 นอกจากนี้ ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจะถูกนำไปใช้เป็นกรอบในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสมมติว่าการท่องเที่ยวชุมชนได้สร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับชุมชนในมิติต่างๆ ทั้งในทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change)



รูปที่ 1.1 ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ได้นิยามศัพท์ต่างๆ ในหนังสือทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (2010) ดังนี้

ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ เงิน บุคลากร หรือทรัพยากรต่างๆ ที่ถูกนำมาใช้เพื่อดำเนินกิจกรรม

กิจกรรม (Activity) คือ การดำเนินงานต่างๆ ที่เกิดจากการใช้ปัจจัยการผลิต เพื่อสร้างผลผลิตที่เฉพาะเจาะจง

ผลผลิต (Output) คือ ผลได้ สินค้า หรือบริการที่เป็นผลมาจากการดำเนินกิจกรรม ซึ่งอาจรวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมที่เป็นผลสืบเนื่องกับความสำเร็จในผลลัพธ์ เช่น กิจกรรมทำให้มีการจ้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้น เป็นต้น

ผลลัพธ์ (Outcome) คือ ผลโดยตรงในระยะสั้นและระยะกลางที่เกิดจากการใช้ผลผลิต

ผลกระทบ (Impact) คือ ผลในระยะยาวทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่เป็นผลมาจากการดำเนินงานทั้งที่เกิดขึ้นโดยตรงและโดยอ้อม ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ

เมื่อพิจารณาผลของการท่องเที่ยวชุมชนตามกรอบแนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง สามารถแสดงตัวอย่างแผนที่ผลลัพธ์ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนได้ ดังรูปที่ 1.2 โดยสามารถยกตัวอย่างการวิเคราะห์ในเบื้องต้นได้ ดังนี้

ปัจจัยนำเข้า: การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน มักจะมีจุดเริ่มต้นมาจากความสนใจของคนในชุมชน โดยจะอาศัยทุนทรัพย์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม สินเชื่อ ทุนทางกายภาพ เช่น โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ตลอดจนทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม เป็นต้น เป็นปัจจัยนำเข้าพื้นฐานในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงอาจได้รับการสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือสถาบันการศึกษา เป็นต้น โดยการสนับสนุนอาจจะอยู่ในรูปของเงินทุน บุคลากร สิ่งของ อาสาสมัครจิตอาสา หรือองค์ความรู้ เป็นต้น เพื่อนำไปใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการดำเนินกิจกรรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

กิจกรรม: การดำเนินงานต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมและรองรับการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความน่าสนใจ การสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่ๆ การปรับปรุงมาตรฐานที่พักหรือโฮมสเตย์ เป็นต้น ซึ่ง

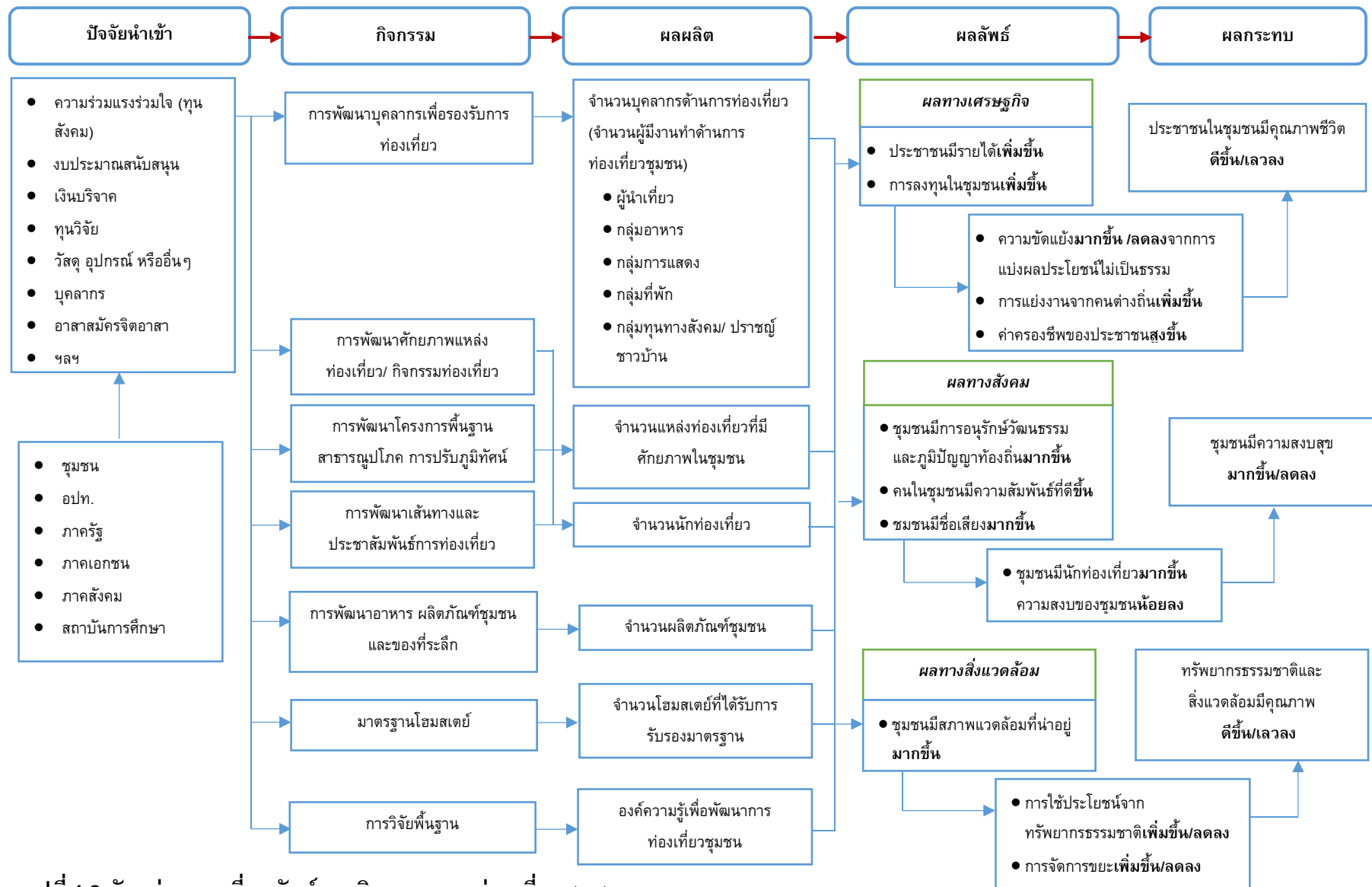
กิจกรรมเหล่านี้ เกิดขึ้นจากการนำปัจจัยนำเข้าทั้งทุนทางสังคม เงินทุน บุคลากร และองค์ความรู้มาใช้ในการดำเนินงาน

ผลผลิต: ผลได้ที่เป็นรูปธรรมซึ่งเป็นผลมาจากกิจกรรม เช่น กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพบุคลากร และแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จะได้ผลผลิตเป็นบุคลากรที่มีศักยภาพในด้านต่างๆ เช่น ผู้นำเที่ยว ผู้ปรุงอาหาร ผู้เตรียมการแสดง เป็นต้น หรือกิจกรรมพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ ก็จะได้ผลผลิตเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เป็นต้น

ผลลัพธ์ คือ ผลหรือการเปลี่ยนแปลงในระยะสั้น (1-5 ปี) ที่เป็นผลโดยตรงมาจากการใช้ผลผลิต เช่น ผลผลิตบุคลากรที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือโฮมสเตย์ที่มีมาตรฐาน จะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวชุมชน ส่งผลให้ในระยะสั้นและระยะกลาง ประชาชนจะทำได้เพิ่มขึ้น

ผลกระทบ คือ ผลหรือการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวที่เป็นผลมาจากกิจกรรม (5 ปีขึ้นไป) ทั้งทางบวกและทางลบ เช่น การท่องเที่ยวชุมชนแม้ว่าในระยะยาวอาจจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นได้ แต่อาจจะเกิดผลที่ไม่ได้ตั้งใจอื่นๆ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เช่น คนในชุมชนมีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นกันมากขึ้น คุณภาพสิ่งแวดล้อมอาจเลวลง หรือความสงบสุขภายในชุมชนลดลง เป็นต้น

โครงการย่อย 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน



รูปที่ 1.2 ตัวอย่างแผนที่ผลลัพธ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน

1.4 ข้อจำกัดในการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อจำกัดบางประการที่ผู้อ่านควรตระหนักเพื่อให้ความระมัดระวังการที่จะนำข้อมูลไปอ้างอิงต่อไป

1) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานที่มุ่งเน้นการอธิบายธรรมชาติของชุมชนท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ ดังนั้นในการเก็บตัวอย่างจึงมิได้เก็บตัวอย่างเชิงสถิติ แต่เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อยของชาวบ้านที่เห็นประโยชน์จากงานวิจัยชิ้นนี้และยินดีให้ข้อมูล ผลการศึกษาจึงไม่อาจกล่าวได้ว่าเป็นตัวแทนของชุมชนท่องเที่ยวทั้งหมด

2) ข้อมูลที่นำมาคำนวณผลตอบแทนและรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวมิได้มาจากการสุ่มตัวอย่างเชิงสถิติที่แท้จริง ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มโฮมสเตย์ นักวิจัยจะทำการแบ่งกลุ่มโฮมสเตย์ตามขนาดของที่พักและจำนวนห้องเป็นขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ในแต่ละกลุ่มก็จะเลือกตัวอย่างออกมา 3-4 ตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มเห็นว่า เป็นตัวแทนของกลุ่มทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความยินยอมพร้อมใจของผู้ให้ข้อมูล เนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการลงทุนนั้นต้องใช้เวลาและเก็บข้อมูลค่อนข้างละเอียดเพื่อให้ได้ข้อมูลต้นทุนและรายได้สำหรับการคำนวณผลสุทธิ สำหรับกลุ่มท่องเที่ยววันเดียวนั้น นักวิจัยไม่สามารถสอบถามความพึงพอใจได้ เพราะมีช่วงเวลาสั้นมากในการท่องเที่ยวและเป็นการรบกวนแขกของชุมชน

3) การเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีข้อจำกัด คือ หากเป็นชุมชนที่เป็นชุมชนทัศนศึกษา นักท่องเที่ยวจะมาเป็นกลุ่มใหญ่ ซึ่งจะมีลักษณะของตัวแปรบางประการคล้ายคลึงกัน เช่น ที่ทำงาน อายุ อาชีพ การศึกษา และวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย ดังนั้น ในแต่ละกลุ่มจึงเก็บเพียงหนึ่งตัวอย่าง ทำให้ไม่สามารถเก็บตัวอย่างได้จำนวนมาก เพราะในช่วง 1 เดือน มีผู้มาท่องเที่ยวในชุมชนไม่มาก

1.5 การนำเสนอรายงาน

ในส่วนการนำเสนอผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

บทที่ 1 บทนำ เป็นส่วนที่กล่าวถึงที่มา วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

บทที่ 4 ผลการศึกษา เสนอภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยวในโครงการ เป็นการนำเสนอผลในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยวที่ศึกษาว่ามีจุดเริ่มต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร และมีทุนพื้นฐานอะไรที่นำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิธีการจัดสรรผลประโยชน์ เป็นต้น ผลได้ในเชิงเศรษฐกิจที่เป็นผลได้สุทธิ ความพึงพอใจที่สะท้อนมาจากลูกค้าที่ได้รับบริการ รวมถึงบทบาทของภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่นในการสนับสนุนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ เสนอแนวทางวิจัยและพัฒนาที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนมีความหลากหลายและมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าและยั่งยืน

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทบทวนวรรณกรรม

2.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นแนวทางหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงการแสดงออกถึงความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชนถิ่น ทั้งนี้ ได้มีผู้นิยามคำว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” ไว้หลายแนวทางดังนี้

World Tourism Organization (1998) นิยามว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” เป็นการท่องเที่ยวที่นำมาซึ่งทั้งผลประโยชน์และปัญหาต่างๆ ให้แก่ชุมชน ซึ่งถ้ามีการ “วางแผนพัฒนาการจัดการที่ดี” แล้ว การท่องเที่ยวจะทำให้เกิดอาชีพในชุมชน สร้างรายได้และเป็นโอกาสให้เกิดการประกอบธุรกิจซึ่งจะทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติในชุมชน โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศิลปะงานหัตถกรรม และวัฒนธรรม ประเพณี ช่วยในการพัฒนาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา

World Bank (2000) ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ “การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของชุมชน” ผู้ซึ่งต้องได้รับประโยชน์และรายได้อย่างยุติธรรมจากการท่องเที่ยว กำจัดความยากจน และไม่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างความภาคภูมิใจในชุมชน และเกิดการรักษาและพัฒนาสมบัติของชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน ก. (ม.ป.ป.) นิยามว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม “กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ” มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

สินธุ์ สโรบล และคณะ (2546) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนและมีการเตรียมความพร้อมของชุมชนด้วยการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สิ่งสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน “ชาวบ้านควรเข้าถึงทรัพยากรและมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่น” โดยตรงรวมทั้งร่วมมือกันรักษาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นมรดกของคนรุ่นลูกหลานและรุ่นต่อไป

จากนิยามข้างต้น จะพบว่า มีประเด็นที่เกี่ยวข้องในแง่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน 2 ประเด็น คือ

1) การจัดการที่เป็นของชุมชน คือ การเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่นทั้งในการตัดสินใจ การใช้ทรัพยากรในชุมชน การจัดการท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยคนในชุมชน ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์เพื่อคนในชุมชน

2) การจัดการที่ดี คือ การจัดการที่ไม่สร้างผลกระทบหรือความขัดแย้ง เช่น การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ไม่ทำลายวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน ซึ่งในนิยามต่างๆ ได้รวมเป้าหมาย (Goal) ของการจัดการที่ดีไว้ด้วย

ทั้ง 2 ประเด็นนับว่าเป็นเงื่อนไขจำเป็นที่จะทำให้เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างแท้จริง กล่าวคือ คนในชุมชนต้องเป็นผู้ดำเนินการและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการบริหารจัดการใช้ทรัพยากรต่างๆ ในชุมชนเอง ไม่ใช่ให้บุคคลภายนอกชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ อย่างไรก็ดี หากจะทำให้การพัฒนาเกิดความยั่งยืน การจัดการที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นการจัดการที่ดี กล่าวคือ การดำเนินการนั้นสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนได้อย่างแท้จริง ไม่สร้างผลกระทบเชิงลบ หรือสามารถจัดการและสร้างสมดุลได้ระหว่างผลได้และผลเสียที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเงื่อนไขข้อหลังนี้ ถือเป็นเรื่องที่ยากซึ่งท้าทายชุมชนในการวางแผนและบริหารจัดการให้เกิดสมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2.1.2 ความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากนิยามการท่องเที่ยวชุมชน จะค่อนข้างให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะต้องคำนึงถึงความยั่งยืน Butler (1999 อ้างถึงใน Theerapappisit, 2012) กล่าวว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ว่าเป็นการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในเชิงบวกที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสังคม รวมถึงการสร้างสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรต่างๆ สำหรับการท่องเที่ยว กล่าวคือ เป็นการ Trade-off ระหว่างการพัฒนาท่องเที่ยวและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณา และต้องสร้างสมดุลดังกล่าวให้เกิดขึ้น ดังนั้น การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงเป็นกระบวนการหนึ่งที่จะช่วยสร้างสมดุลและจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจะพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน มักให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

กระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนนั้นประกอบด้วยหลายปัจจัย โดย Okazaki (2008) ได้กล่าวถึงหลักพื้นฐานในแบบจำลองการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1) การมีส่วนร่วม (Participation) ของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนถือว่าเป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Cole, 2006) เนื่องจากประชาชนในชุมชนถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการพัฒนา ดังนั้น ประชาชนในชุมชนย่อมมีสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมต่างๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตตามปกติของตน (Simmons, 1994) นอกจากนี้ ประชาชนในชุมชนจะทราบเงื่อนไขของชุมชนเป็นอย่างดีว่าสิ่งใดสามารถปฏิบัติได้และสิ่งใดที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ภายในชุมชนของตน (Timothy & Tosun, 2003) เพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น

ในด้านการท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชนถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในฐานะที่เป็นผู้สร้างบรรยากาศที่ดีในการต้อนรับขับสู้ผู้มาเยือน (Hospitality atmosphere) ดังนั้น การให้ประชาชนมี

ส่วนร่วมในการท่องเที่ยว จะสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้ประชาชนสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน (Simmons, 1994) ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว ยังช่วยเพิ่มความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและชุมชนของคนท้องถิ่น (Cole, 2006) และยังเพิ่มโอกาสในการพบปะกับผู้คนจากภายนอก ทำให้มีการแลกเปลี่ยนและมีประสบการณ์ใหม่

นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนยังแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสในการดำเนินงาน และการจัดสรรผลประโยชน์ต่าง ๆ จากการพัฒนาการท่องเที่ยวว่าจะถูกกระจายไปสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ อย่างเป็นธรรม (Brohman, 1996 อ้างถึงใน Thammajinda, 2013)

จะพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนถือว่าเป็นอีกหนึ่งเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น กล่าวคือ หากพื้นที่ชุมชนนั้นเป็นเพียงแหล่งท่องเที่ยว แต่ประชาชนในชุมชนไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวก็เป็นเพียง “การท่องเที่ยวในชุมชน” (Tourism in Community) เท่านั้น โดยไม่ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) อย่างแท้จริง (พจนานวนศรี และคณะ, 2557) ซึ่งมักจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้ว่า การท่องเที่ยวชุมชนนั้นได้สร้างผลประโยชน์กับคนท้องถิ่น แต่แท้จริงแล้วประชาชนไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดการและได้รับผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวในชุมชนนั้นเลย

2) กระบวนการทำงานร่วมกัน (Collaboration processes) ในการพัฒนาการท่องเที่ยว จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและทำงานร่วมกัน ซึ่งการร่วมมือกัน (Collaboration) ทำให้เกิดการปกป้องผลประโยชน์และการแก้ปัญหาหารือร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Gray, 1985 cited in Okazaki, 2008) ในกระบวนการทำงานร่วมกัน ในบางครั้งอาจจะมี ความขัดแย้ง (Conflict) ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างไรก็ตาม ความขัดแย้งไม่ได้ก่อให้เกิดผลเสียเสมอไป Tjosvold (1996) and Hardy and Phillips (1998) กล่าวว่า ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทราบความต้องการและความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละคนมากขึ้น

3) ทุนสังคม (Social capital) เป็นแนวคิดใหม่ในการศึกษาด้านการท่องเที่ยว ในฐานะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของหลาย ๆ ประเทศในประเทศกำลังพัฒนา และทุนทางสังคมมีบทบาทสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Okazaki, 2008) จากการศึกษาของ Putnam (1995) ซึ่งให้เห็นว่า ในท้องถิ่นที่มีทุนทางสังคมและเครือข่ายประชาสังคมสูงกว่า จะมีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงกว่าด้วย

Putnam (1995) ได้เสนอว่าทุนทางสังคมมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) ความไว้วางใจ (Trustworthiness) 2) การเกื้อกูลซึ่งกันและกัน (Norms of reciprocity) และ 3) เครือข่ายทางสังคม (Social network) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสังคม

นอกจากนี้ ทุนทางสังคมมีส่วนสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แม้ว่าทุนทางสังคมจะไม่ได้เป็นปัจจัยการผลิตโดยตรง แต่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเข้าถึงปัจจัยหรือทุนอื่นๆ เช่น ขาวสารข้อมูล ทุนมนุษย์ ทุนวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง โดยเฉพาะทุนทางสังคมในมิติ “ความไว้วางใจ” ที่สามารถให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจผ่านสองช่องทาง คือ 1) ลดต้นทุนทางธุรกรรม (Transaction cost) กล่าวคือ เมื่อมีความไว้วางใจกัน การตกลงทำสัญญา กิจกรรม หรือธุรกรรม

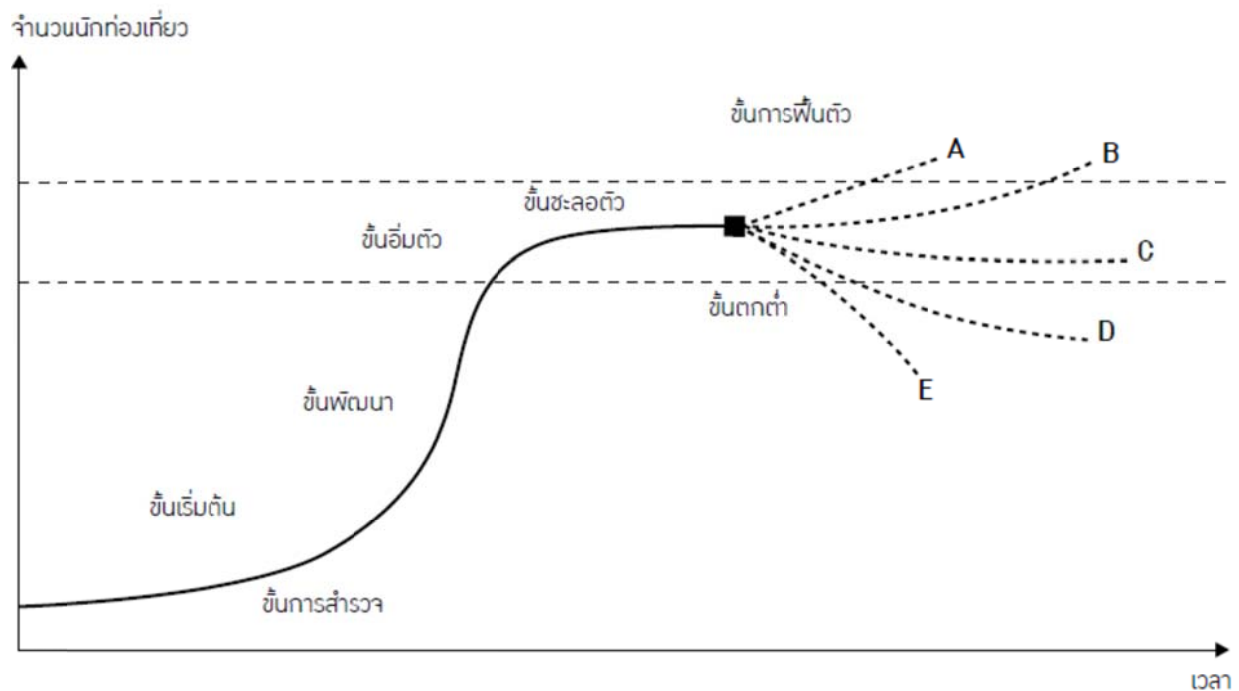
ใดๆ ร่วมกัน จะเสียต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจ เช่น การทำประกัน ในจำนวนที่น้อยลง และ 2) ลดต้นทุนการตรวจสอบ (Monitoring cost) กล่าวคือ หากบุคคลมีความไว้วางใจกันซึ่งกันและกัน จะสามารถลดต้นทุนในการทำกับดักให้บุคคลต่างๆ ปฏิบัติตามข้อตกลงที่ให้ไว้แก่กันได้ (Coleman, 1988 อ้างถึงใน Kata, 2004)

ที่ผ่านมา พบว่ามีการศึกษาบทบาทของทุนทางสังคมต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยค่อนข้างน้อย ที่ปรากฏก็เป็นเพียงการศึกษาเบื้องต้นเพื่อสำรวจทุนทางสังคมและทุนอื่นๆ ในพื้นที่ศึกษาว่ามีอะไรบ้าง และมีบทบาทอย่างไร และเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่อ้างอิงแนวคิดทุนทางสังคมของ Putnam ยกตัวอย่างเช่น การศึกษาของเบญญาภา ศุภพานิชย์ (2555) ซึ่งให้เห็นว่าทุนทางสังคมมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวในชุมชน 3 ลักษณะ คือ 1) ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลที่แท้จริงระหว่างสมาชิกชุมชน 2) ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และ 3) สมาชิกชุมชนเห็นประโยชน์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของทุนสังคม จากงานการศึกษาของพระมหาผดุง วรรณทอง (2550) ซึ่งได้ศึกษาถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อทุนทางสังคมในตำบลปลายอำเภอลำดวน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวทำให้ลักษณะทุนทางสังคมที่มีพลังร่วมกันยังอยู่ในระดับที่ดี แต่ลดน้อยลงจากเดิม กล่าวคือ ความไว้วางใจใจเปลี่ยนไปเป็นการเชื่อตามหน้าที่ บรรทัดฐานการอยู่ร่วมกันเปลี่ยนไปใช้กฎหมายบังคับที่เข้มงวดมากขึ้น และเครือข่ายก็เป็นการสร้างเครือข่ายในเชิงธุรกิจมากขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความเสื่อมถอยของทุนทางสังคมเมื่อเกิดการพัฒนาขึ้นในชุมชน

โดยสรุป การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน นับว่าเป็นอีกหนึ่งเงื่อนไขสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากการพัฒนาของชุมชนอาจมีทั้งคนที่ได้รับประโยชน์และผลประโยชน์ กระบวนการมีส่วนร่วมและการทำงานร่วมกันจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ลดข้อขัดแย้ง เกิดเครือข่ายความร่วมมือในชุมชน และนำไปสู่การหาแนวทางในการจัดสรรผลประโยชน์และชดเชยผลกระทบที่เกิดขึ้น ซึ่งจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความยั่งยืน

2.1.3 โมเดลวงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยว

ชุมชนท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีช่วงเวลาในการเริ่มต้นไม่เหมือนกัน รวมถึงมีวิวัฒนาการและการพัฒนาที่ไม่เท่ากัน บางพื้นที่อยู่ในขั้นที่ประสบความสำเร็จได้รับรางวัลการันตี บางพื้นที่ยังอยู่ในช่วงแรกเริ่ม อย่างไรก็ตาม Butler (1980 อ้างถึงใน มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, 2556) เห็นว่า สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่อาจมีวันตาย อาจไม่ใช่สินค้าที่หมุนเวียนกลับมาใช้ได้ใหม่ได้เรื่อยๆ และมีวงจรชีวิต (Life cycle) จึงได้เสนอแบบจำลองวงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยวของบัทเลอร์ (Butler's Tourism Asia Life Cycle Model) หรือ Butler's Model โดย Butler ได้แบ่งวงจรชีวิตสินค้าท่องเที่ยวออกเป็น 6 ขั้นตอน แสดงดังรูปที่ 2.1



ที่มา: มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2556)

รูปที่ 2.1 ขั้นตอนของวงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยว

จากรูปที่ 2.1 วงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยวจะเริ่มต้นจาก **ขั้นการสำรวจ (Exploration stage)** ซึ่งเป็นขั้นที่ยังไม่มีการเตรียมความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้สิ่งอำนวยความสะดวกร่วมกับคนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสกับคนท้องถิ่นและการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวที่สูง แต่ผลตอบแทนทางการเงินต่อชุมชนท้องถิ่นยังเล็กน้อย ต่อมาจึงเริ่มมีการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเรียกขั้นนี้ว่า **ขั้นเริ่มต้น (Involvement stage)** ซึ่งคนชุมชนมีบทบาทอย่างมากในจัดหาให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงเริ่มมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ภาครัฐเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นมากขึ้น จนเข้าสู่ **ขั้นพัฒนา (Development stage)** ในขั้นนี้เริ่มมีการปรับปรุง เพิ่มเติมสิ่งดึงดูดและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้คนท้องถิ่นบางส่วนอาจเริ่มที่จะคัดค้าน ซึ่งองค์กรในชุมชนท้องถิ่นจะมีบทบาทมากขึ้น นอกจากนี้ ในขั้นนี้จะเริ่มมีจำนวนของนักท่องเที่ยวสูงกว่าจำนวนประชากรในท้องถิ่น และเกิดการใช้แรงงานที่ถูกนำเข้ามา เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จะเข้าไปสู่ **ขั้นอิ่มตัว (Consolidation stage)** ในช่วงนี้ แม้ว่าจำนวนผู้มาเยือนจะเพิ่มขึ้นแต่มีอัตราเพิ่มที่ลดลง แต่จำนวนผู้มาเยือนทั้งหมดอาจสูงกว่าจำนวนคนในท้องถิ่น ขนาดเศรษฐกิจถูกผูกติดกับการท่องเที่ยวและพึ่งพิงการท่องเที่ยวเป็นหลัก ในขั้นนี้จะมีการพยายามกระตุ้นการอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวด้วยการรณรงค์ การโฆษณา และขยายช่วงเวลาของการท่องเที่ยวและพื้นที่การตลาดออกไป อย่างไรก็ตาม เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเริ่มเป็นที่รู้จักดีและได้รับการยอมรับ จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามามากเกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว และเริ่มเกิดปัญหาและผลกระทบเชิงลบในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่จะมีผลต่อความยั่งยืน จะเข้าสู่ **ขั้นชะลอตัว (Stagnation stage)** เพื่อประชุม ปรึกษา

หรืออภิปรายในท้องถิ่นเพื่อที่จะหาวิธีการเพื่อรักษาจำนวนของนักท่องเที่ยว ในขณะที่สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นเริ่มมีจำนวนมากขึ้น รูปแบบของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปเป็นแบบกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวมวลชนมากขึ้น การพัฒนาต่อไปภายหลังจากขั้นนี้ จึงมีความเป็นไปได้ 2 ทาง คือ **ขั้นตกต่ำหรือขั้นการฟื้นตัว (Decline or rejuvenating stage)** ในกรณีที่เกิดภาวะตกต่ำ อาจเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดการเสื่อมถอยของการท่องเที่ยว เช่น ที่ดินและทรัพย์สินจะมีการเปลี่ยนมือกันสูง สิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวจะถูกเปลี่ยนไปใช้ในส่วนที่ไม่ใช่เพื่อการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเริ่มแข่งขันกันลดราคา เป็นต้น หรือ ในกรณีเกิดการฟื้นตัว อาจมีทางเลือกที่จะฟื้นการท่องเที่ยวขึ้นมาอีกครั้ง เช่น การใช้สิ่งดึงดูดที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นหลักในการท่องเที่ยว การค้นหาและของทรัพยากรธรรมชาติที่ยังไม่เคยใช้มาก่อนนำออกมาใช้ เป็นต้น (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, 2556)

2.1.4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

มีผู้เสนอแนวคิดหลายๆ แนวคิดที่ได้พยายามระบุพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในมุมมองต่างๆ เช่น แนวคิดของ Cohen (1972) ได้ระบุว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการ 2 อย่าง ได้แก่ 1) ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ (Novelty-seeking) และ 2) ต้องการความรู้สึกปลอดภัยกับสิ่งที่คุ้นเคยเหมือนอยู่บ้าน (Familiarity-seeking) ดังนั้น Cohen ได้แบ่งประเภทนักท่องเที่ยว ไว้ 4 ประเภทด้วยกัน คือ 1) นักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางไปในที่แตกต่างจากบ้านของตน (Drifter) โดยใช้ชีวิตในแหล่งท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนกับคนในพื้นที่และซึมซับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างดี 2) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบการค้นหาประสบการณ์ (The explorer) โดยจัดการเดินทางด้วยตนเองและค้นหาประสบการณ์ที่แท้จริง ต้องการบริการที่เหมาะสมไว้ใจได้ และสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นครั้งคราว 3) นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่ได้จัดเตรียมไว้ให้ตรงตามความต้องการของตนเอง (The individual mass tourist) มักจะอยู่กับบริการที่คุ้นเคยหรือบริการที่จัดไว้ให้โดยเฉพาะ ดังนั้นการสัมผัสเนื้อแท้และประสบการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจึงน้อย และ 4) เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรายการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่มีบริการครบเดินทางไปกับคณะทัวร์ (The organized mass tourist) มีผู้นำทัวร์ บริการทุกอย่างถูกจัดเตรียมไว้เพื่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ แต่ปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่มีน้อยมาก

อีกหนึ่งแนวคิดของ Perreault Dorden และ Dorden (1979) ได้สรุปได้ประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท ซึ่งแบ่งตามลักษณะความชอบของบุคคลหรือไลฟ์สไตล์ ได้แก่ 1) นักเดินทางแบบประหยัด (Budget traveler) ซึ่งเป็นประเภทนักท่องเที่ยวมีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ 2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous tourist) เป็นประเภทนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งชอบกิจกรรมท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหรือผจญภัย 3) นักท่องเที่ยวแบบไม่ชอบวางแผน (Homebody tourist) เป็นประเภทนักท่องเที่ยวที่คนที่มีรอบคอบ แต่ไม่ชอบพูดคุยหรือท่องเที่ยวกับผู้อื่น ใช้เวลาในการวางแผนในการท่องเที่ยวน้อย 4) นักเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationer) เป็นประเภทนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กที่มีการวางแผนการท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยว แต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย และ 5) นักเดินทางที่ใช้ระยะเวลานาน

(Moderates) เป็นประเภทนักท่องเที่ยวที่ชอบการเดินทางที่ใช้เวลานาน ไม่ชอบการท่องเที่ยวระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์

สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนนั้น นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวชุมชนโดยทั่วไปแล้วเป็นผู้ที่มีการศึกษา มีรายได้ค่อนข้างสูง และมีประสบการณ์การท่องเที่ยว Centre for the promotion of imports from developing countries (CBI) ได้แบ่งประเภทนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวชุมชนไว้ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวชุมชนสายแข็ง (Hard CBT travelers) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนไม่มากโดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมชุมชนอย่างแท้จริงจึงต้องใช้ชีวิตเหมือนคนท้องถิ่นให้มากที่สุดโดยไม่คำนึงถึงความสะดวกสบาย หากได้รับความสะดวกสบายเกินไปจากการท่องเที่ยวชุมชนอาจรู้สึกว่าการท่องเที่ยวดังกล่าวไม่ใช่ประสบการณ์ที่แท้จริง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและจริยธรรมในการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้นชุมชนจึงควรเสนอการท่องเที่ยวชุมชนที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้รับประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมชุมชนอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเหมาะกับการพักโฮมสเตย์ตามนิยามของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือสามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวได้พักชั่วคราว และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร

2) นักท่องเที่ยวชุมชนสายอ่อน (Soft CBT travelers) นักท่องเที่ยวชุมชนส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจในวัฒนธรรม การผจญภัย การมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการได้รับความสะดวกสบายจากการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นชุมชนจึงควรเสนอการท่องเที่ยวชุมชนที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้รับความสะดวกสบาย เช่น ที่นอน ห้องน้ำ อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ชุมชนต้องเข้าใจว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจไม่ได้มองหาการท่องเที่ยวชุมชนแต่หากการท่องเที่ยวชุมชนสามารถตอบสนองความต้องการได้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะเลือกการท่องเที่ยวชุมชน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แบ่งย่อยออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1) นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ (Older generation) นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นนักท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มใหญ่โดยมีอายุระหว่าง 50-70 ปี นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีทั้งเงินและเวลามากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นเพราะส่วนใหญ่ลูกโตแล้วและเกษียณแล้วจึงไม่ต้องทำงานมีเวลาท่องเที่ยวเต็มที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีสุขภาพแข็งแรงและต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ จึงสนใจกิจกรรมผจญภัยเบาๆ ที่ผสมผสานกับความหรูหรา ขณะเดียวกันก็มองหาประสบการณ์ที่แท้จริงด้วยเช่นกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชุมชนควรนำเสนอประสบการณ์ที่แท้จริงที่มีลักษณะเฉพาะทั้งด้านวัฒนธรรมและกิจกรรมผจญภัยเบาๆ นำเสนอบริการที่เป็นมาตรฐานและสะดวกสบาย

2.2) นักท่องเที่ยวกลุ่มที่อายุไม่มาก (Younger generations) โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นพวกมีการศึกษาดี เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมาก่อน จึงต้องการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชุมชนควรนำเสนอประสบการณ์เฉพาะ เช่น โครงการอาสาสมัคร โครงการพักอาศัยระยะยาวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ทำกิจกรรมร่วมกับคนใน

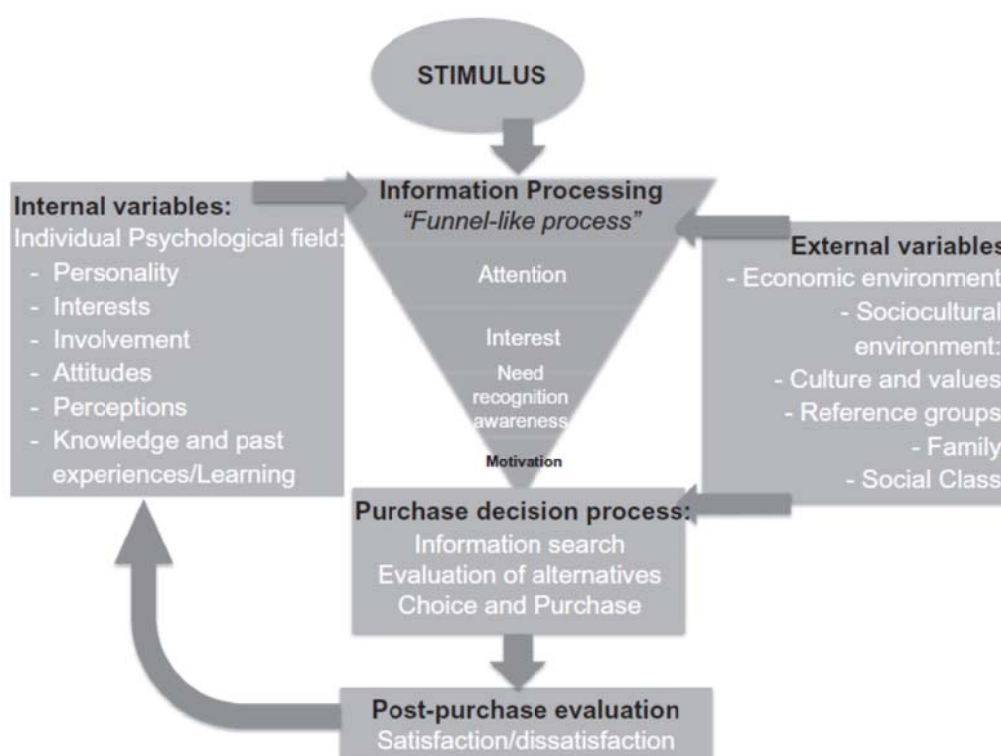
ชุมชน โดยการใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการในท้องถิ่น เช่น ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวหรือร้านอาหารในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แบ่งย่อยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- **นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 18-30 ปี** เป็นพวกที่มีงบประมาณน้อยแต่มีเวลา มาก ชอบการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Backpackers) ใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนานในแต่ละครั้งอาจนานเป็นเดือนหรือเป็นปี นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจสนใจการท่องเที่ยวชุมชนเพราะเป็นหนทางประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพราะถูกกว่าการพักโรงแรม

- **นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี** เป็นพวกคนทำงานที่มีรายได้แต่มีเวลาจำกัด ส่วนใหญ่มักเดินทางท่องเที่ยวเป็นคู่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองหาประสบการณ์แปลกใหม่ในชีวิต และต้องการได้รับความสะดวกสบายจากการท่องเที่ยวชุมชน

2.3) นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นครอบครัวซึ่งมักเดินทางมาท่องเที่ยวกับลูก (Families with Children) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ใช่กลุ่มใหญ่สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนแต่ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ชาวยุโรปชอบการท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้สอนลูกหลานไปในตัว โดยต้องการสอนให้เด็ก ๆ รู้ว่าผู้คนในโลกนี้ใช้ชีวิตความเป็นอยู่อย่างไร กินอะไร โรงเรียนเป็นแบบไหน จึงต้องการให้คนท้องถิ่นมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เช่น สอนลูกให้เล่นแบบคนท้องถิ่น ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวชุมชนในประเทศกำลังพัฒนา

อย่างไรก็ดี ในกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว มักจะประกอบไปด้วยปัจจัยหลายๆ ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยภายใน (Internal variable) ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้และประมวลผลโดยผู้บริโภค เช่น ลักษณะนิสัย ความสนใจ ทักษะคิด มุมมอง เป็นต้น 2) ปัจจัยภายนอก (External variable) ซึ่งมีผลต่อการปรับเปลี่ยนการรับรู้และการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยวประมวลผลและมีการประเมินผลตามความชอบส่วนบุคคลและตัดสินใจท่องเที่ยว โดยภายหลังจากการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็จะสะท้อนถึงประสบการณ์ที่ได้รับและสื่อสารความพึงพอใจ /ความไม่พึงพอใจเกี่ยวกับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวออกมา และกลายเป็นความชอบ/ไม่ชอบ หรือความภักดีที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น แสดงถึงกระบวนการตามลำดับ ดังรูปที่ 4.1



ที่มา: Andrades *et al.* (2015)

รูปที่ 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

2.1.5 พัฒนาการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย

จากกระแสการตื่นตัวของโลกในเรื่องการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและหาทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2535 ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ผลักดันให้มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ซึ่งเข้ามาเป็นกระแสใหม่และกระแสใหญ่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ในขณะที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) ก็เริ่มก่อตัวและเติบโตควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อสังคม (มอศ.) เป็นอีกองค์กรที่มีบทบาทสำคัญ ซึ่งมีพื้นหลังจากการทำงานร่วมกับพื้นที่ชนบทไทยหลายๆ พื้นที่ ทำให้มีข้อมูลและเห็นศักยภาพของพื้นที่ มอศ. จึงได้จัดโครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (Responsible Ecological Social Tours Project: REST) ในปี พ.ศ. 2537 เพื่อผลักดันแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยในระยะแรกจะเน้นการพานักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปทำกิจกรรมท่องเที่ยวในเชิงบำเพ็ญประโยชน์ในชุมชน โดยมีชุมชนที่เข้าร่วมโครงการในช่วงแรกเริ่ม เช่น เกาะยาวน้อย จ.พังงา คีรีวง จ.นครศรีธรรมราช เป็นต้น

ต่อมา REST ได้ร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จัดตั้งสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ CBT-I ทำหน้าที่สนับสนุนการวิจัยและการพัฒนา CBT ให้บริการการฝึกอบรมความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน สนับสนุนเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและภูมิภาค ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเป็นรูปธรรมมากขึ้น

ภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลไทยใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยประกาศในปี พ.ศ. 2541-2542 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยภายใต้แคมเปญ Amazing Thailand และในปี พ.ศ. 2544 ก็ได้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) หลังปี พ.ศ. 2545 การท่องเที่ยวได้ลงไปในชนบทหลากหลายรูปแบบ และในปี พ.ศ. 2547 ก็ได้มีการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ของชุมชนท่องเที่ยว โดยในปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนเริ่มเป็นที่ยอมรับว่าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งซึ่งชุมชนเข้ามาบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน ข, ม.ป.ป.)

ตารางที่ 2.1 วิวัฒนาการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย

ปี พ.ศ.	วิวัฒนาการภายนอก	วิวัฒนาการชุมชน CBT ของประเทศไทย
2535	การประชุม “Earth Summit” ณ กรุงริโอ ประเทศบราซิล ในหัวข้อ “การพัฒนาที่ยั่งยืน”	
2538-2539	เกิดแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ	การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นส่วนหนึ่งในค่านิยม และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2541	ประเทศไทยประสบวิกฤตด้านเศรษฐกิจ รัฐบาลใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา ภายใต้สโลแกน “Amazing Thailand”	ชุดความรู้เรื่องการเตรียมความพร้อมชุมชน CBT จากโครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (REST)
2545-2546	- จัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี พ.ศ. 2545 - จัดตั้งองค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) โดยมีภารกิจในการประสานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการประกาศเป็นพื้นที่พิเศษ ในปี พ.ศ. 2546	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ขยายผลองค์ความรู้ CBT ด้วยงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น
2549	สกว. ร่วมมือกับ REST จัดตั้งสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT-I) ทำวิจัยและพัฒนา CBT	ผู้นำชุมชน CBT ทั่วประเทศจำนวน 30 คน เข้ารับการฝึกอบรมและศึกษาดูงานที่ประเทศลาว และร่วมกันขับเคลื่อนเพื่อผลักดันให้ CBT เป็นที่ยอมรับในทุกระดับ
2550	- การประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ประเภทชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวเพื่อเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา ในหลวงรัชกาลที่ 9 (จากนั้นชุมชนก็เข้าร่วมการประกวดรางวัลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-ถึงปัจจุบัน) - ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย	ชุมชน 62 แห่ง ทั่วประเทศได้รับรางวัล

ปี พ.ศ.	วิวัฒนาการภายนอก	วิวัฒนาการชุมชน CBT ของประเทศไทย
2551	สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว ประกาศ เรื่อง กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	
2552-2553	The Corporate Social Responsibility and Market Access Partnerships (CSR-MAP) for Thai Sustainable Tourism Supply Chain Project โดยความร่วมมือระหว่าง CBT-I, TEATA, ECEAT และมูลนิธิใบไม้เขียว ได้นำแนวทางเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของโลกมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ยกร่างมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการ
2554	อพท. ตั้งสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน	อพท. มีการทำงานเพื่อรองรับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 13 แห่ง ในพื้นที่พิเศษ โดยใช้เกณฑ์ที่มาจาก CSR-MAP เป็นแนวทาง โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการรองรับแหล่งจากหลายภาคส่วนทั้งจากภาครัฐ เอกชน วิชาการ และชุมชนผู้มีประสบการณ์
2555	มีการวิจัยเรื่องมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย และสถานการณ์ CBT ในประเทศประชาคมอาเซียน โดย CBT-I โดยได้รับการสนับสนุนการวิจัยมุ่งเป้าจาก วช.-สกว.	- เกิดเวทีการแลกเปลี่ยนและสร้างการรับรู้แนวทางการพัฒนา CBT ที่อ้างอิงมาตรฐานสากลในระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียน - ชุมชน CBT มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายในระดับจังหวัดและระดับภาคชัดเจนขึ้น เช่น จ.แม่ฮ่องสอน จ.ชุมพร และเครือข่ายระดับภาค มีการจดทะเบียนเป็นสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือและภาคใต้ เป็นต้น
2558	- รัฐบาลประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย โดยมีนโยบายส่งเสริมเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองใหม่ เน้นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการมาท่องเที่ยวเมืองไทย - เริ่มมีการตลาดที่สนับสนุน CBT หลากหลายช่องทาง เช่น การทำงานของ Local a Like ที่ทำให้ CBT เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง ในการสร้าง Market place องค์การ Creative move ที่ส่งเสริม	- การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับความสนใจ เกิดจากกระแสการท่องเที่ยวชุมชนทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ - องค์ความรู้หลายๆ เรื่องมีการสรุปบทเรียน เช่น เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสร้างแบรนด์ของชุมชน และชุมชนต้นแบบที่ขับเคลื่อนโดย อพท.

ปี พ.ศ.	วิวัฒนาการภายนอก	วิวัฒนาการชุมชน CBT ของประเทศไทย
	ให้มีการทำ Content เพื่อสื่อเรื่องราวดีๆ ในชุมชน เป็นต้น	
2559-2560	- แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างยั่งยืน (2559-2563) - ปีสากลของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อการพัฒนา - เกิดความนิยมท่องเที่ยววิถีไทย	มีชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 264 แห่ง

ที่มา: พจนา สวนศรี (2560) ดัดแปลงโดยคณะวิจัย

จะพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนในยุคแรกเริ่มของไทย ได้เริ่มมาจากการทำงานของกลุ่มองค์กรนอกภาครัฐ (Non-Governmental Organization: NGO) คือ โครงการ REST ที่ได้นำเอาการท่องเที่ยวมาใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชน และต่อมาก็มีทั้งภาคสถาบันการศึกษา และภาครัฐได้เข้ามาสนับสนุน ทำให้มีชุมชนท่องเที่ยวเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก

ตลอดระยะของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย จะพบว่ามีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการส่งเสริมองค์ความรู้ เช่น องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT-I) เป็นต้น รวมถึงมีการติดตามและประเมินมาตรฐานเพื่อยกระดับบริการ เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ของกรมการท่องเที่ยว และรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ของททท. ซึ่งนับว่าเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงสถาบันการศึกษาที่ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวชุมชนและเข้าไปในพื้นที่จำนวนมาก ทำให้ชุมชนเห็นโอกาสในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างผลประโยชน์ให้กับชุมชน ส่งผลทำให้ในระยะหลังมีชุมชนท่องเที่ยวเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เกิดจากการสนับสนุนของสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ หรือเริ่มต้นดำเนินการเองจากการเห็นต้นแบบจากที่อื่นที่ประสบความสำเร็จ

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 264 ชุมชน แบ่งเป็นภาคเหนือ 82 ชุมชน ภาคใต้ 63 ชุมชน ภาคกลาง 62 ชุมชน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 57 ชุมชน (พจนา สวนศรี, 2560) และในปี พ.ศ. 2558-2559 มีโฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทั้งหมด 105 แห่งทั่วประเทศ แบ่งออกเป็นภาคเหนือมี 37 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี 36 แห่ง ภาคใต้มี 16 แห่ง ภาคกลางมี 8 แห่ง และภาคตะวันออกมี 8 แห่ง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.)

นอกจากนี้ ในระดับนโยบายได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) จัดทำ “แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563” โดยเน้นกระบวนการทำงานอย่างมีส่วนร่วมของพหุภาคีที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคมและชุมชน เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวโดย

ชุมชนของไทยในปัจจุบัน ยกกระดับมาตรฐาน และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริงและนำไปสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมได้

แผนยุทธศาสตร์นี้ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติในวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2559 ต่อมาได้มีมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบในวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2560 โดยมีคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวชุดโดยชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและติดตามผลแผนยุทธศาสตร์โดยมีองค์ประกอบของคณะอนุกรรมการ 3 ฝ่าย คือ 1) ภาครัฐ 2) ภาคเอกชน และ 3) ภาคประชาชนและวิชาการ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนนี้ เป็นแผนที่จะเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2558-2560 ของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ใน 5 กลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวได้แก่ 1) กลุ่มท่องเที่ยวอันดามัน 2) กลุ่มท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก 3) กลุ่มอารยธรรมล้านนา 4) กลุ่มท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก และ 5) กลุ่มอารยธรรมอีสานใต้ โดยแผนนี้มีวิสัยทัศน์ดังนี้

“การท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยพัฒนาสู่สากลอย่างมีเอกภาพบนฐานการรักษาและจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนสู่ชุมชนแห่งความสุข”

ได้มีการอธิบายเพิ่มเติมว่าคำว่า “สู่สากล” หมายถึง การมีมาตรฐานด้านการบริการความสะอาดและความปลอดภัยที่สากลกำหนดไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ โดยมี 5 ยุทธศาสตร์สำคัญ คือ 1) การพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ 2) การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น 3) การสร้างสมดุลตลาดการท่องเที่ยว 4) การขับเคลื่อนเครือข่ายภาคประชาชน และ 5) การประเมินความสุขของชุมชนและนักท่องเที่ยว

2.1.6 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์

กิจการโฮมสเตย์เป็นธุรกิจให้บริการที่พักรูปแบบหนึ่งที่ชุมชนท่องเที่ยวมักนำเสนอ ซึ่งกิจการโฮมสเตย์เป็นธุรกิจที่ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะรองรับ โดยมีเพียงประกาศและระเบียบต่างๆ จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อส่งเสริมการสร้างมาตรฐานสำหรับการให้บริการเท่าโฮมสเตย์นั้น โดยมีรายละเอียดของกฎหมายและประกาศที่เกี่ยวข้องกับกิจการโฮมสเตย์ ดังนี้

1) พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และกฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551

ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ได้นิยามความหมายของคำว่า “โรงแรม” ไว้ว่า

“โรงแรม” หมายความว่า สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ ไม่รวมถึง

(1) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้ โดยมิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน

(2) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น

(3) สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

หากพิจารณาตาม (1) และ (2) กิจการโฮมสเตย์ถือมีลักษณะเข้าข่ายเป็น “โรงแรม” เนื่องจากโฮมสเตย์เป็นการให้บริการที่พักชั่วคราวที่ไม่ได้ดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา และยังเป็นบริการที่พักอาศัย โดยไม่ได้คิดค่าบริการเป็นรายเดือน (สำนักงานกรมการ 3 สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ม.ป.ป.) อย่างไรก็ตาม โฮมสเตย์ได้รับการยกเว้นไม่ให้เป็นโรงแรม ตาม กฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 อาศัยอำนาจตามความใน (3) ของบทนิยามคำว่า “โรงแรม” ในมาตรา 4 มาตรา 5 และมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 โดยข้อ 1 แห่งกฎกระทรวงนี้ได้กำหนดว่า

“ให้สถานที่พักที่มีจำนวนห้องพักในอาคารเดียวกันหรือหลายอาคารรวมกันไม่เกิน 4 ห้อง และมีจำนวนผู้พักรวมกันทั้งหมดไม่เกิน 20 คน ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริมและได้แจ้งให้นายทะเบียนทราบตามแบบที่รัฐมนตรีกำหนด ไม่เป็นโรงแรมตาม (3) ของบทนิยามคำว่า “โรงแรม” ในมาตรา 4”

ผลของกฎกระทรวงนี้ ทำให้กิจการโฮมสเตย์ได้รับการยกเว้นให้ไม่ต้องปฏิบัติตาม บทบัญญัติตามกฎหมายของธุรกิจโรงแรม อย่างไรก็ตาม หากกิจการสถานที่พักใดได้แปรสภาพไป เช่น มีการให้ห้องพักเกิน 4 ห้อง หรือไม่ได้เป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม กิจการสถานที่พักนั้นก็จะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมโดยทันที (สำนักงานกรมการ 3 สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ม.ป.ป.)

2) ประกาศกรมการท่องเที่ยว

2.1) ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ. 2554

ประกาศนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของกรมการท่องเที่ยวในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านบริการท่องเที่ยว การส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทให้ได้มาตรฐาน และพัฒนาเครือข่ายเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน โดยประกาศนี้ ตามข้อ 4 ได้นิยาม “โฮมสเตย์ไทย” ว่า

“โฮมสเตย์ไทย” หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้านชาวยุคเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวพักได้ชั่วคราว ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้พักรวมกันไม่เกิน 20 คน โดยมีค่าตอบแทน และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นไปตามบทนิยามคำว่า “โรงแรม” แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว ตามหลักเกณฑ์ที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด

นอกจากนี้ ประกาศนี้ยังได้มีการกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานโฮมสเตย์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติของผู้ให้บริการโฮมสเตย์ โดยประกาศนี้ได้นิยาม “มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” ว่า

“มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” หมายถึง โฮมสเตย์ที่จัดบริการอยู่ในระดับมาตรฐาน 10 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่พัก อาหาร ความปลอดภัย อรรถาธิบายวิถีชีวิตของเจ้าบ้านและสมาชิก รายการนำเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และการประชาสัมพันธ์

ตามประกาศฉบับนี้ ได้กำหนดการวัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจำนวน 10 ด้าน รวม 31 ตัวชี้วัด แสดงดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ตัวชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยตามประกาศกรมการท่องเที่ยว

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด
มาตรฐานที่ 1 ด้านที่พัก	1.1 ลักษณะบ้านพักที่เป็นสัดส่วน 1.2 ที่พักที่นอนสะอาด และสบาย 1.3 มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด 1.4 มีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน
มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหาร	2.1 ชนิดของอาหาร และวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร 2.2 มีน้ำดื่มที่สะอาด 2.3 ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด 2.4 ห้องครัว และอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวที่ถูกสุขลักษณะ
มาตรฐานที่ 3 ด้านความปลอดภัย	3.1 มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น 3.2 มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย
มาตรฐานที่ 4 ด้านอรรถาธิบายวิถีชีวิตของเจ้าบ้านและสมาชิก	4.1 การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย 4.2 การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในวิถีของชุมชน
มาตรฐานที่ 5 ด้านรายการนำเที่ยว	5.1 มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน 5.2 ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว 5.3 เจ้าบ้านเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว
มาตรฐานที่ 6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	6.1 มีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือบริเวณใกล้เคียง 6.2 มีการดูแลแหล่งท่องเที่ยว 6.3 มีแผนงาน หรือมาตรการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว และลดสภาวะโลกร้อน 6.4 มีกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และลดสภาวะโลกร้อน
มาตรฐานที่ 7 ด้านวัฒนธรรม	7.1 การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น 7.2 การรักษาวิถีชุมชน คงไว้เป็นกิจวัตรปกติ
มาตรฐานที่ 8	8.1 ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝาก หรือจำหน่ายแก่

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด
ด้านการสร้างคุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน	นักท่องเที่ยว 8.2 มีผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่า และมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
มาตรฐานที่ 9 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์	9.1 มีการรวมกลุ่มของชาวบ้าน 9.2 มีคณะกรรมการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์ 9.3 กฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการ 9.4 มีการกระจายและผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม 9.5 ระบบการจองล่วงหน้า ลงทะเบียน และชำระเงินล่วงหน้า 9.6 รายละเอียดค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน
มาตรฐานที่ 10 ด้านการประชาสัมพันธ์	10.1 มีเอกสาร สิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน 10.2 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ที่มา: ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ. 2554

ในประกาศนี้ ยังได้ระบุถึงการตรวจประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยให้เป็นไปตามหลักการและวิธีการประเมินตามที่กำหนดใน *ประกาศกรมการท่องเที่ยว ว่าด้วยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย* (ข้อ 8)

โฮมสเตย์ไทยที่ได้รับมาตรฐานจะถูกประเมินเมื่อครบอายุการรับรองมาตรฐาน 3 ปี และยื่นขอรับรองมาตรฐานใหม่ (ข้อ 9) โดยโฮมสเตย์ไทยที่ผ่านการประเมินและได้มาตรฐาน จะได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พร้อมหนังสือรับรองซึ่งแสดงความเป็นมาตรฐาน ตามที่กำหนดใน *ระเบียบกรมการท่องเที่ยวว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย* โดยผู้ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยมีสิทธิใช้ตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ข้อ 10)

ในกรณีที่มีเรื่องร้องเรียน ผู้ใช้บริการที่ได้รับความเสียหายจากการกระทำของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย สามารถร้องเรียนโดยจัดทำเป็นหนังสือร้องเรียน *ขอให้ถอดถอนความเป็นมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย* ต่ออธิบดีกรมการท่องเที่ยวได้ (ข้อ 11)

2.2) ประกาศกรมการท่องเที่ยว ว่าด้วยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

พ.ศ. 2554

ตามประกาศนี้ ได้ระบุว่า “การประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” หมายถึง กระบวนการและวิธีการตรวจสอบและประเมินมาตรฐานการจัดบริการต่างๆ ของโฮมสเตย์ (ข้อ 4)

ประกาศนี้ ยังได้ระบุให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการโฮมสเตย์ไทย ประกอบด้วยบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวนไม่เกิน 25 คน ตามที่อธิบดีกรมการท่องเที่ยวแต่งตั้ง (ข้อ 5) และให้มีคณะกรรมการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยระดับจังหวัดคณะหนึ่ง มีจำนวนไม่เกิน 9 คน ตามที่ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้ง (ข้อ 7) และมีอำนาจหน้าที่ตามที่ผู้ว่าราชการจังหวัดกำหนด (ข้อ 8)

2.3) ประกาศกรมการท่องเที่ยว ว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรองรับมาตรฐานโฮมสเตย์ พ.ศ. 2554

กรมการท่องเที่ยวได้กำหนดให้มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2554 เพื่อออกให้แก่โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานตามที่กรมการท่องเที่ยวกำหนดไว้ และได้กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และสิทธิในการใช้เครื่องหมายรับรอง

จะพบว่า ประกาศต่างๆ ของกรมการท่องเที่ยว เป็นเพียงการกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานในการให้บริการโฮมสเตย์เท่านั้น ซึ่งการเข้ารับการประเมินมาตรฐานดังกล่าวให้เป็นไปตามความสมัครใจของผู้ให้บริการโฮมสเตย์ **ไม่ได้มีลักษณะบังคับตามกฎหมาย**ที่ให้ผู้บริการโฮมสเตย์ทุกคนต้องเข้ารับการประเมินมาตรฐานดังกล่าว อย่างไรก็ตาม โฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานอาจถูกเพิกถอนการรับรองมาตรฐานได้ หากถูกร้องเรียนและถูกตรวจสอบภายหลังว่ามีการดำเนินงานไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยโฮมสเตย์ที่ถูกเพิกถอนจะต้องส่งคืนเครื่องหมายรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และหนังสือรับรองต่อกรมการท่องเที่ยว โดยไม่มีบทลงโทษประการอื่นแต่อย่างใด (สำนักงานกรรมการ 3 สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ม.ป.ป.)

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากเป้าหมายของการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนเพื่อความยั่งยืน ประกอบกับความสนใจของประเทศที่ต้องการใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ทำให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในหลายช่องทาง รวมถึงการสนับสนุนองค์ความรู้ให้กับชุมชน โดยเฉพาะการวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความเป็นรูปธรรม

2.2.1 การสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับชุมชนผ่านเครื่องมือวิจัย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝายวิจัยเพื่อท้องถิ่น เป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยเน้นส่งเสริมการวิจัยในระดับชุมชนหรือพื้นที่ (Community/Area-Based Approach) ที่เป็นการทำงานแบบ “ฐานรากขึ้นสู่ข้างบน” และมีการพัฒนาโจทย์วิจัยที่มาจาก “การมีส่วนร่วมของชุมชน” และเป็น “กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน” โดยผ่านกระบวนการวิจัย กล่าวคือ ชาวบ้าน “ร่วม” เป็นผู้วิจัย “ร่วม” ตัดสินใจในกระบวนการวิจัย เลือกวิธีการแก้ปัญหาของตนเอง โดย สกว. ได้สนับสนุนการวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง ผลจากการดำเนินการดังกล่าว ทำให้มีพื้นที่รูปธรรมของชุมชนวิจัยในประเด็นศึกษาการท่องเที่ยวชุมชนมากเป็นอันดับต้นๆ ของฝายวิจัย รวมถึงมีการจัดตั้งคณะทำงานที่ทำหน้าที่วิจัยและให้การสนับสนุนองค์ความรู้แก่ชุมชนโดยตรง ยกตัวอย่างกระบวนการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในพื้นที่ภาคเหนือ ดังนี้

ในปี พ.ศ. 2542 การจัดตั้ง สกว. สาขาภาคเหนือขึ้น เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนใช้งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ซึ่งการวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นงานวิจัยประเด็นแรกๆ ในการสนับสนุนของ สกว. ฝายวิจัยเพื่อท้องถิ่นที่กระบวนการวิจัยเป็นการเรียนรู้ร่วมกันทั้งชาวบ้านและเจ้าหน้าที่ ต่อมาในปี พ.ศ. 2545 ได้จัดตั้งเครือข่ายการเรียนรู้และประสานงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น โดยมุ่งเน้นการสร้างพื้นที่รูปธรรมของการวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีพื้นที่รูปธรรมหลายแห่ง เช่น ชุมชนหนองแม่เฒ่า และอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง จังหวัดเพชรบูรณ์ บ้านผา

แตก อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ กว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ต่อมา สกว. ได้ร่วมมือกับโครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (REST) องค์การพัฒนาเอกชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ในการร่วมกันขยายองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่การขับเคลื่อนสังคม และในปี พ.ศ. 2550 ได้ร่วมกันจัดตั้ง “มูลนิธิสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Institute: CBT-I)”

จะพบว่า สกว. ได้เริ่มสนับสนุนการวิจัยด้านการท่องเที่ยวชุมชนพร้อมๆ กับการเริ่มต้นทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลายๆ แห่งในไทย อีกทั้งยังได้สร้างเครือข่ายและคณะทำงานที่เป็นผู้สนับสนุนองค์ความรู้ให้กับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

สกว. ได้สนับสนุนโครงการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงได้มีการสังเคราะห์รูปแบบหรือคุณลักษณะของโครงการวิจัยด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่สนับสนุนในช่วงกว่า 10 ปี ในพื้นที่ภาคเหนือ ประมาณ 50 ผลงานวิจัย ซึ่งสามารถจัดแบ่งได้ 5 รูปแบบ แสดงดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 โครงการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคเหนือ

รูปแบบโครงการวิจัย	ลักษณะการวิจัย	ตัวอย่างงานวิจัย
1) การศึกษาวิจัยพื้นฐาน เพื่อค้นหาองค์ความรู้ ศักยภาพเฉพาะเรื่อง ของชุมชน	มุ่งเน้นการศึกษาองค์ความรู้เฉพาะเรื่องของชุมชนหรือศึกษาศักยภาพเบื้องต้นก่อนการตัดสินใจในการพัฒนาต่อเพื่อเป็นชุมชนท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ	• โครงการการศึกษาสถานภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยช้าง ในจังหวัดเชียงใหม่ (พรชัย ปรีชาปัญญา, 2544) • โครงการรูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับองค์ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของนกของชาวปกาเกอะญอในเขตอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ (จักร กิณีส, 2543)
2) การศึกษาวิจัยเพื่อเตรียมความพร้อมชุมชน	มุ่งเน้นการวิเคราะห์ตนเองและคาดการณ์สถานการณ์ข้างหน้า โดยเฉพาะการเข้ามาของนักท่องเที่ยว พร้อมกับวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยว	• โครงการรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บ้านผาแตก อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่ (ดุชนีย์ ชาวนา, 2551) • โครงการการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยา จ.พะเยา (สมศักดิ์ เทพดุ่น, 2552)
3) การศึกษาวิจัยเพื่อแก้ปัญหาจากการพัฒนาการท่องเที่ยว	มุ่งเน้นจัดระบบการท่องเที่ยวให้เอื้อประโยชน์ต่อคนท้องถิ่นมากที่สุด โดยกลุ่มนี้จะไม่ต้องกังวลเรื่องการตลาดเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปอยู่แล้ว	• โครงการการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบ้านแม่กลางหลวง ดอยอินทนนท์ จ.เชียงใหม่ (บุษบา สิทธิสาร, 2546) • โครงการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง

รูปแบบโครงการวิจัย	ลักษณะการวิจัย	ตัวอย่างงานวิจัย
		อนุรักษ์บ้านแม่กำปอง จ. เชียงใหม่ (พรหมินทร์ พวงมาลา, 2548)
4) การศึกษาวิจัยเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	มุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพชุมชนก่อน และการวางระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือวิจัยในการดึงคน สร้างการมีส่วนร่วม สร้างคณาทำงานในชุมชน และสามารถพัฒนาชุมชนในด้านอื่นๆ ได้ต่อเนื่องหลังจากเสร็จโครงการ	- โครงการการเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาข่าบ้านห้วยขี้เหล็ก จ. เชียงราย (ไกรสิทธิ์ สิทธิโชค, 2546) - โครงการการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมบ้านทรายขาวและบ้านแม่ปิง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน (อุตร วงษ์ทับทิม, 2546)
5) การศึกษาวิจัยและพัฒนาภาพกว้าง เหนือมิติของชุมชน	มุ่งเน้นการศึกษาวิจัยในประเด็นอื่นๆ ในระบบของการท่องเที่ยว ที่อยู่นอกเหนือการเตรียมความพร้อมของชุมชน	- โครงการศึกษาและพัฒนาระบบเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จ. เชียงใหม่ (โณมสิริ ทิมสุทิน, 2548) - โครงการการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ (อิสระ ศิริไสยาสตร์, 2550) - การจัดทำสื่อภูมิประเทศจำลอง (Model) เพื่อการท่องเที่ยวดอยหลวงเชียงดาว (โอพาร อ่องพะ, 2549)

ที่มา: สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2551)

โครงการวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนทุกโครงการ เป็นการประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาคนในชุมชนให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว และการสร้างการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน โดยใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ และให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยคณะวิจัยที่ดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) คณะวิจัยที่เป็นกลุ่มชาวบ้านทั้งหมด 2) คณะวิจัยที่กลุ่มเป็นชาวบ้านและ “ปัญญาชน” ในชุมชน เช่น ครู แพทย์ เจ้าหน้าที่อปท. และ 3) คณะวิจัยแบบผสม คือ ประกอบด้วยคนในชุมชนและคนนอกที่เป็นกลุ่มอาจารย์ นักวิชาการ นักพัฒนา นักวิจัยอิสระ เป็นต้น

การส่งเสริมข้างต้น นับว่าเป็นการวางรากฐานให้กับชุมชนท้องถิ่นในการใช้เครื่องมือวิจัยและองค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และหลายๆ ชุมชนได้รับการส่งเสริมในช่วงเริ่มต้นของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคเหนือ ทำให้มีโอกาสดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนไป

พร้อมๆ กับการได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้เชิงวิชาการอย่างต่อเนื่อง ได้พัฒนาศักยภาพและเรียนรู้ มีแนวทางในการพัฒนานบนพื้นฐานองค์ความรู้ มีเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน และมีพันธมิตรทางวิชาการ

2.2.2 ประเด็นการวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา พบว่า มีการวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นจำนวนมาก จากการศึกษาของมิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2560) ซึ่งให้เห็นว่า จากฐานข้อมูลระบบบริหารจัดการงานวิจัยของประเทศ (NRMS) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2559 พบว่า มีงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวรวม 1,995 โครงการ ส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 30) เป็นงานวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน นอกจากนี้ พื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่ยังอยู่ในภาคเหนือ โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย และเป็นที่น่าสังเกตว่างานวิจัยส่วนใหญ่ ยังคงเป็นการวิจัยที่เน้นการเตรียมความพร้อมและพัฒนาการท่องเที่ยวของให้กับชุมชน ที่เน้นกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

งานวิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในประเด็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นมีการศึกษาวิจัยในหลายมิติ ส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นการยกระดับคนในชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และพัฒนาบริการต่างๆ ให้มีมาตรฐาน โดยมีโครงการวิจัยเพื่อส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติต่างๆ เช่น มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ภัชกุล ตรีพันธ์, 2557; นัยนา ทองศรีเกตุ และคณะ, 2547; สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์, 2545; ชุกกลีน อุนวิจิตร, 2553) มาตรฐานทางด้านการตลาด (นราวดี บัวขวัญ, 2557) นอกจากนี้ ยังมีการวิจัยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพทั้งในระดับชุมชนและบุคคล รวมถึงการวิเคราะห์หารูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน (อำคา แสงงาม, 2549) และมีขอบเขตการศึกษาทั้งในภาพรวมของประเทศ ภูมิภาค และเฉพาะพื้นที่ทั้งระดับจังหวัด กลุ่มจังหวัด และระดับชุมชน นอกจากนี้ ยังมีการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว (อัญชนา พรหมปัน, 2550) บริการสปา (กมลธรรณ พรหมพิทักษ์, 2548; สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง, 2550) บริการอาหาร (อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ, 2547; วิวรรณ วงศ์อรุณ, 2552) และผลิตภัณฑ์ชุมชน (ประภาศรี ศรีประดิษฐ์, 2557) จะพบว่า งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วนใหญ่มุ่งไปที่การพัฒนาด้านอุปทานหรือความพร้อมของการเป็นเจ้าบ้านเป็นหลัก ในขณะที่งานวิจัยด้านอุปสงค์หรือด้านตลาด มักจะเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาศักยภาพของชุมชน โดยเป็นการศึกษารูปแบบพฤติกรรม ความต้องการกิจกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (ประกอบสิริ ภัคดีพินิจ และคณะ, 2558; ณัฐินี ทองดี และกนก บุญศักดิ์, 2560)

นอกจากนี้ งานการศึกษาด้านการท่องเที่ยวชุมชนของไทย ก่อนข้างให้ความสนใจศึกษาประเด็นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามสอบถามระดับการมีส่วนร่วม และค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วม ในภาพรวม พบว่า แต่ละพื้นที่ศึกษามีระดับการมีส่วนร่วม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมจัดการท่องเที่ยวชุมชนแตกต่างกันไป เช่น การศึกษาของปองทิพย์ นาคินทร์ (2556) ซึ่งมีพื้นที่ศึกษา คือ ตลาดอ่างศิลา ผลประเมินชี้ว่าประชาชนมีส่วนร่วมสูง โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม คือ ความตระหนักถึงผลประโยชน์ต่อส่วนร่วมจากการพัฒนา และการได้รับผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ ในขณะที่

การศึกษาของอานิสต์ โอทาตะวงศ์ (2557) ศึกษาที่ชุมชนเชียงแหว (ทะเลบัวแดง) ที่มีผลการประเมินการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม คือ อาชีพ รายได้ ระยะทางมาแหล่งท่องเที่ยว ความถี่การเข้าร่วมกิจกรรมชุมชน สถานภาพในชุมชน การตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

2.2.3 การวิเคราะห์ผลกระทบชุมชนและการถอดบทเรียน

นอกจากงานวิจัยกลุ่มพัฒนาและยกระดับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแล้ว ยังมีงานวิจัยอีกกลุ่ม คือ งานวิจัยที่ศึกษาถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยว ซึ่งมีการวิเคราะห์ผลในด้านต่างๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม สุขภาพ เป็นต้น ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มคนในชุมชน หรือสัมภาษณ์โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อประเมินระดับผลกระทบ และส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบในภาพรวม ซึ่งจะประกอบด้วย 3 มิติสำคัญ คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

จากการทบทวนงานวิจัย พบว่า การท่องเที่ยวชุมชนได้สร้างผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบให้กับชุมชน โดยผลกระทบเชิงบวกที่สำคัญคล้ายๆ กัน คือ การท่องเที่ยวชุมชนทำให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ชุมชนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงมากขึ้น ส่งผลทำให้ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และมีระบบสาธารณูปโภคภายในชุมชนที่ดีขึ้น (มนัสนันท์ จันทรพิ้ง และปณายุ ไชยรัตนานนท์, 2558; สุวันชัย หวนนากลาง, 2557; ชัยวิวัฒน์ ยางาม, 2553) อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวชุมชนก็ได้สร้างผลกระทบเชิงลบซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ยกตัวอย่างเช่น กรณีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า การท่องเที่ยวชุมชนทำให้วิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนเปลี่ยนไปจากวิถีชุมชนดั้งเดิมไปสู่วิถีชุมชนเมืองมากขึ้น กล่าวคือ มีการดำเนินชีวิตด้วยความเร่งรีบมากขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลงและมีเวลาให้กับคนในครอบครัวน้อยลง มีความวุ่นวายและก่อความรำคาญให้กับคนในชุมชนมากขึ้น (มนัสนันท์ จันทรพิ้ง และปณายุ ไชยรัตนานนท์, 2558; อัญญารัตน์ ธราวรรณ และมณีวรรณ ผิวนิม, 2557) หรือกรณีของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านทรงไทยปลายโพพาง จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีกิจกรรมเด่น คือ การล่องเรือเพื่อชมธรรมชาติและวิถีชีวิตคนที่อาศัยริมน้ำ ก็พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้แหล่งน้ำเสื่อมโทรมมากขึ้น เป็นผลทำให้จำนวนกุ้ง ปลา และหิ่งห้อยลดลง นอกจากนี้ ยังก่อเกิดมลภาวะทางเสียงจากเครื่องยนต์เรือหางยาวที่รบกวนประชาชนที่อาศัยในละแวกนั้น (สุวันชัย หวนนากลาง, 2557) หรือกรณีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประชาชนมีแบบแผนการใช้จ่ายเปลี่ยนแปลงไป คือ มีการเปลี่ยนแบบแผนการบริโภค และผลิตเพื่อการบริโภคเองลดลง ทำให้มีรายจ่ายเพิ่มขึ้น และเกิดปัญหาด้านสุขภาพและเกิดโรคใหม่ๆ ในชุมชน (พรหมินทร์ พวงมาลา และคณะ, 2552; ชัยวิวัฒน์ ยางาม, 2553) นอกจากนี้ ยังพบว่า ผลกระทบร่วมที่คล้ายกันของพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนส่วนใหญ่ คือ เมื่อความเจริญเข้ามาสู่ชุมชน และมีการเปิดรับเอาวัฒนธรรมภายนอกเข้ามา ส่งผลทำให้คุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิมลดลง (มนัสนันท์ จันทรพิ้ง และปณายุ ไชยรัตนานนท์, 2558; อริสรา เสยานนท์, 2554) มีการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ของผู้ประกอบการต่างถิ่นเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผลจากการท่องเที่ยวยังทำให้ค่าครองชีพของคนในชุมชนสูงขึ้น และเกิดปัญหาความขัดแย้งจากการกระจายผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม (สุวันชัย หวนนากลาง, 2557)

นอกจากนี้ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบางแห่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานภายนอกชุมชนด้วย อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการสนับสนุนก็อาจก่อให้เกิดทั้งผลในเชิงบวกและเชิงลบ ยกตัวอย่าง เช่น การศึกษาผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐในพื้นที่ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการประกอบอาชีพของคนในชุมชนเปลี่ยนไปจากการเกษตรเป็นอาชีพค้าขายมากขึ้น เช่น จำหน่ายของที่ระลึกหรือสินค้าโอท็อป เป็นต้น ระบบสาธารณสุขในชุมชนดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ส่งเสริมการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดผลเชิงลบ คือ เกิดมลพิษทางเสียงจากการนำเอาเรือข้ามฟากมาให้บริการนักท่องเที่ยว มีปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น (สมเกียรติ วงศ์เสริมทรัพย์, 2550)

ผลจากกระทบต่างๆ จากการท่องเที่ยวชุมชน ได้นำมาสู่การศึกษาเพื่อวางแผนทางในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืน หลายงานการศึกษาได้ศึกษาถึงแนวทางในการจัดการผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีข้อเสนอแนะในภาพรวมที่สำคัญว่า การจัดการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน จะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดแก่ระบบนิเวศและความสัมพันธ์ทางสังคมในชุมชน ควรจัดกิจกรรมท่องเที่ยวจะต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และศักยภาพของชุมชน และเปิดโอกาสให้ชาวบ้านร่วมมือกันในการจัดการทุกขั้นตอน (สิริวัฒนา ใจมา และคณะ, 2546; ประกอบสิริ ภักดีพิณิจ, 2556; พิศาล แก้วอยู่ ประกอบสิริ ภักดีพิณิจ, 2557) นอกจากนี้ การศึกษาของเกวลิณ หนูสุทธิ์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงผลกระทบที่มาจากการท่องเที่ยวหมู่บ้านแม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่ และหาแนวทางจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นว่านอกจากการส่งเสริมให้ครัวเรือนในบ้านแม่กลางหลวงมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมแล้ว ควรจะต้องรักษาผลประโยชน์ของคนในชุมชน โดยการตั้งกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ เพื่อควบคุมบุคคลภายนอกเข้ามาประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน และควรคำนึงถึงการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยว สิ่งก่อสร้างควรกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และต้องไม่เกิดปัญหามลพิษภายในชุมชน

อย่างไรก็ตาม งานการศึกษาผลกระทบส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ แต่ยังไม่ได้วิเคราะห์เชิงลึกด้านปริมาณของผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการท่องเที่ยวชุมชน ทำให้มองไม่เห็นขนาดของผลกระทบ และไม่สามารถตอบคำถามว่าผลสุทธิแล้วชุมชนจะได้หรือเสียประโยชน์จากการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้น การวิเคราะห์ขนาดของผลกระทบเชิงปริมาณจึงสำคัญ เพื่อจะช่วยให้มองเห็นภาพการดำเนินงานว่าบรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ มีผู้ได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์อย่างไร สร้างผลกระทบที่คาดไม่ถึงหรือไม่ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการดำเนินงาน เช่น ถ้าการท่องเที่ยวชุมชนสามารถสร้างผลประโยชน์ได้มากพอ อาจจะมีแนวทางในการปันส่วนผลประโยชน์ส่วนบุคคลมาจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับส่วนรวมเพื่อชดเชยผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมีความยั่งยืนมากขึ้น

การศึกษาผลกระทบในเชิงปริมาณที่ศึกษา มักจะศึกษาผลเชิงเศรษฐกิจเป็นหลัก เนื่องจากสามารถวัดได้ง่ายและเป็นรูปธรรมมากกว่าผลในเชิงสังคม อย่างไรก็ตาม การศึกษาเชิงเศรษฐกิจในระดับชุมชนก็มีค่อนข้างน้อย แต่ในระยะหลังเริ่มมีงานวิจัยที่ให้ความสนใจต่อผลตอบแทนทรัพยากรที่ใช้มากขึ้น ทั้งนี้ในการศึกษาส่วนแบ่งรายได้ของครัวเรือนในชุมชนท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ ผานกกก แม่กลางหลวง

แม่กำปอง และห้วยฮี้ เมื่อปี พ.ศ. 2548 โดยมีมิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2549) พบว่า ชุมชนทั้ง 4 แห่ง มีรายได้รวมและสัดส่วนรายได้ที่ครัวเรือนได้รับจากการท่องเที่ยวแตกต่างกันมาก ความแตกต่างดังกล่าว ขึ้นอยู่กับค่าดำเนินการของส่วนกลาง ซึ่งรวมถึงค่ากิจกรรมที่มีการจัดแสดงในจุดต่างๆ ของหมู่บ้าน นอกจากนี้ด้วยความได้เปรียบในเรื่องของที่พักและอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปีของแม่กำปอง ทำให้ชุมชนดังกล่าวมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงกว่าชุมชนอื่นๆ

การศึกษาเชิงปริมาณของการท่องเที่ยวชุมชนที่ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผลการศึกษาเบื้องต้นของการท่องเที่ยวชุมชนใน 11 ชุมชน พบว่า การท่องเที่ยวยังคงเป็นแค่รายได้เสริมภายในชุมชน ชุมชนไม่ค่อยประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และชุมชนได้รับผลตอบแทนของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่ำและเป็นลบในบางพื้นที่ (พิชญนันท์ อมรพิชญ์, 2556) แต่การศึกษานี้ ไม่ได้ระบุว่ารายได้ที่เกิดขึ้นมาจากกิจกรรมใดบ้าง ดังนั้น จึงเป็นไปได้ที่จะมีรายได้จากการนับซ้ำ

เช่นเดียวกับการศึกษาของจิตติ จิตติจำเริญพร และคณะ (2559) ที่ได้แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนของปี พ.ศ. 2557 ยกตัวอย่างเช่น บ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย และบ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,885 คน และ 6,901 คน ตามลำดับ และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 11,875,500 บาท และ 3,920,445 บาท ตามลำดับ จะพบว่า บ้านนาต้นจั่น แม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่าบ้านแม่กำปอง แต่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนได้สูงกว่ามาก ทั้งนี้ อาจเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ซึ่งงานการศึกษานี้ ยังไม่ได้แสดงให้เห็นรายละเอียดว่ารายได้ที่เกิดขึ้นเกิดมาจากกิจกรรมหรือบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวประเภทใดบ้าง

การศึกษาล่าสุดซึ่งประเมินผลตอบแทนเชิงสังคม (SROI) การท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลกินรีที่บ้านท่าขันทอง จังหวัดเชียงราย โดยกำหนดให้วิเคราะห์ผลประโยชน์ทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคมในระยะเวลา 15 ปี (พ.ศ. 2553-2567) พบว่า กิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวและการศึกษาดูงานในชุมชนบ้านท่าขันทอง เช่น โฮมสเตย์ บริการอาหาร กลุ่มการแสดง กลุ่มทอผ้า บริการรถอีต๊อก เป็นต้น ทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยคิดเป็นผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเท่ากับ 5.60 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดผลเชิงสังคม เช่น เทศบาลได้รับความไว้วางใจและได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภายนอกมากขึ้น บ้านเรือนของประชาชนและชุมชนสะอาดน่าอยู่มากขึ้น โดยคิดผลประโยชน์เชิงสังคมเมื่อตีค่าเป็นตัวเงินแล้วเท่ากับ 2.66 ล้านบาท จะได้ผลรวมของผลได้เท่ากับ 8.26 ล้านบาท โดยผลได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าขันทอง แบ่งให้เป็นผลประโยชน์ที่เกิดจากกิจกรรมการสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 32 (3.08 ล้านบาท) ของผลประโยชน์ทั้งหมด (มิ่งสรรพ ขาวสอาด อรรถพันธ์ สารวงศ์ และวรัญญา บุตรบุรี, 2560) ซึ่งการศึกษานี้ได้ชี้ให้เห็นว่า ผลจากการวิจัยของสถาบันการศึกษามีบทบาทสำคัญต่อการสร้างผลประโยชน์ให้แก่ชุมชน โดยคนในชุมชนเห็นว่ากิจกรรมการวิจัยมีส่วนช่วยสร้างผลลัพธ์ต่างๆ ให้กับชุมชนจริง

การศึกษารับรู้ของประชาชนต่อผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของอัครพงศ์ อันทอง ณัฐพล อนันต์ธนสาร และกันต์สินี กันทะวงศ์วาร (2560) ซึ่งประยุกต์ใช้สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และวิธีแองค์เคอร์ริง วินเยตต์ แบบพารามิเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ 6 พื้นที่ของไทยประมาณ 1,500 คน ได้ข้อสรุปว่า คนท่องเที่ยวรู้ถึงการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นเป็นอย่างดี แต่ต้องการรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานจากการพัฒนา และการใช้ การดูแลและการบำรุงรักษาแหล่ง/กิจกรรมการท่องเที่ยว แม้ว่าคนท่องเที่ยวมีบทบาทในการกำหนดนโยบายน้อยกว่าเรื่องอื่นๆ แต่ค่อนข้างเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อความสามารถ ของ อปท. ในการกำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้ง การทำงานแบบมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนในท้องถิ่น การร่วมมือกันดูแลท้องถิ่นให้น่าอยู่น่าเที่ยว และช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายในท้องถิ่นเป็นผลประโยชน์สำคัญที่เกิดจากการท่องเที่ยว ขณะที่ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะปัญหาขยะและมลพิษเป็นผลเสียที่คนท่องเที่ยวตระหนักมากที่สุด **แต่ด้วยผลประโยชน์ที่ยังมากกว่าผลเสียทำให้คนท่องเที่ยวยังสนับสนุนให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว** และพร้อมจะให้ข้อมูลด้านท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับผู้ที่สนใจและ/นักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส ผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และความเชื่อมั่น และไว้วางใจต่อศักยภาพของ อปท. ในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยให้คุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นดีขึ้น หาก อปท. ต้องการจะกระตุ้นให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลดำเนินงานและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น

2.2.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากการทบทวนงานวิจัย พบว่า หมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักจะมีวัฒนธรรมร่วมกัน และมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างคนภายในชุมชน ขณะที่ชุมชนที่ไม่ค่อยประสบความสำเร็จส่วนใหญ่เป็นเพราะมีการจัดการแนวดิ่งโดยภาครัฐส่วนกลาง หรือหน่วยงานราชการ กลุ่มผู้นำซึ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป นอกจากนี้ มีการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบผลกระทบทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านผานกกกและบ้านบวกเตี้ย จ. เชียงใหม่ พบว่า การท่องเที่ยวในระดับชุมชนทำให้เกิดปัญหาการกระจายรายได้และผลประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียมกันของคนในชุมชนมากขึ้น (ธิตินันท์ ไตรวิจิตร, 2548)

ตัวอย่างงานงานศึกษาในระดับหมู่บ้านที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ งานของ มธุรส ปราบไพร (2543) ที่ศึกษา ณ บ้านเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นชุมชนไทยทรงดำ พบว่า มี 3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จดังกล่าว ได้แก่ 1) ชุมชนมีวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่อง มีการรวมกลุ่มโดยระบบเครือญาติ 2) มีรายได้และอาชีพอื่นที่มีได้พึ่งพาการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว หรือการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นแหล่งรายได้หลัก 3) คนในชุมชนมีโอกาสมี่มีส่วนร่วมในการจัดการ ขณะทำงานการศึกษาของ นิรันดร์ บุญเนตร (2547) เกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า หมู่บ้านดังกล่าวมีการจัดการที่มีศักยภาพสูง เนื่องด้วยชุมชนมีการดำรงไว้ซึ่งป่าชุมชนที่สมบูรณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีความพร้อมทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม คนในชุมชนมีการดำรงชีวิตที่เรียบง่าย และมีความพร้อมด้านปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อไว้รองรับนักท่องเที่ยว สำหรับกรณีศึกษาชุมชนที่ไม่ค่อยประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น ชุมชนลำน้ำว้า อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน พบว่า ชุมชนดังกล่าวมีศักยภาพด้านการรักษา

และพัฒนาสิ่งแวดล้อม และคนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว แต่มีศักยภาพต่ำในเรื่องการให้บริการการท่องเที่ยว (คมสัน วาฤทธิ์, 2545)

นอกจากนี้ โครงการวิจัยประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคเหนือ ซึ่งได้สังเคราะห์ผลและถอดบทเรียนปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีหลายประการแสดงดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 สรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ปัจจัยแห่งความล้มเหลว
- มีความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน - เกิดจากความต้องการของชุมชนที่ต้องการจะทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน - ชุมชนมีความเข้าใจในศักยภาพของพื้นที่ ที่เป็นเอกลักษณ์หรือของดีของตัวเอง - นำการจัดการท่องเที่ยวไปฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี และรักษาความเป็นตัวตนของตนเองให้ยั่งยืน - มีเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชัดเจน เช่น เพื่อดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งธรรมชาติ/วิถีชีวิต และคน - มีการวางแผนการจัดการอย่างเป็นระบบ - มีการยอมรับกฎกติการ่วมกันทั้งนักท่องเที่ยว คนภายในชุมชน และผู้ประกอบการ - มีการกระจายผลประโยชน์ร่วมกัน - คนในชุมชนต้องมีความเข้มแข็งและความสามัคคีร่วมกัน - มีการประสานการทำงานร่วมกับองค์กรภาคีภายนอก ทั้งสนับสนุนงานและสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องท่องเที่ยวโดยชุมชน - ทำการตลาดที่เหมาะสมกับชุมชน	- ชุมชนมีฐานคิดแบบทุนนิยม - ชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจแนวคิดเรื่องท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างแท้จริง - ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ - ไม่รักษาความเป็นเอกลักษณ์และตัวตนของตนเอง - จัดการแบบไร้ทิศทางไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน - ชุมชนขาดความสามัคคีร่วมกัน - ชุมชนไม่มีมาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนที่เป็นระบบ รับนักท่องเที่ยวเกินความสามารถของตัวเอง - ขัดแย้งผลประโยชน์กัน ไม่มีความโปร่งใส - ขาดการประสานงานด้านข่าวสารข้อมูล และการประชาสัมพันธ์กับผู้เกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยวถึงแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน - นโยบายและ แผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องไม่มีความเข้าใจที่จะทำให้ชุมชนยั่งยืน - แผนพัฒนาประเทศเป็นไปตามกระแสไม่มีความเข้าใจการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง เน้นตัวเลขเศรษฐกิจเป็นหลัก

ที่มา: สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2551)

โดยสรุป การวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยที่ผ่านมา มุ่งเน้นการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย โดยนำกระบวนการวิจัยมาสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาของชุมชน รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้รู้จักการใช้เครื่องมือวิจัยในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีนักวิชาการเป็นพี่เลี้ยง โดยเฉพาะ สกว. ที่ได้สนับสนุนและมีการจัดตั้งคณะทำงานและมีพื้นที่ศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อเตรียมความพร้อมในด้านอุปทาน (Supply) หรือการเป็นเจ้าเป็นที่ดีเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็เป็นประเด็นที่มีการศึกษาจำนวนมากเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่ใช้กระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งพบว่ายังมีการวิเคราะห์ผลกระทบในเชิงปริมาณน้อยมาก แม้แต่ผลในเชิงเศรษฐกิจที่สามารถวิเคราะห์ในเชิงปริมาณได้โดยตรง โดยเฉพาะประเด็นด้านรายได้หรือผลตอบแทนสุทธิที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยว งานวิจัยหลายชิ้นสรุปว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ไม่ปรากฏข้อมูลรายได้สุทธิที่ได้รับ ทำให้มองไม่เห็นขนาดของผลได้ที่เกิดขึ้นว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ เนื่องจากบางกิจกรรม เช่น บริการโฮมสเตย์ ชาวบ้านต้องลงทุนเอง มีต้นทุนในการดำเนินการ ดังนั้น การพิจารณาผลตอบแทนสุทธิจึงเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่จะต้องศึกษา เพื่อให้ทราบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวใด สามารถสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่า เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน และเป็นข้อมูลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ศึกษาในโครงการย่อย 1 มีทั้งหมด 21 แห่ง สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ชุมชนที่มีโฮมสเตย์เป็นหนึ่งในห่วงโซ่จำนวน 17 แห่ง 2) ชุมชนที่มีเฉพาะที่มีเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยววันเดียว (One day trip) จำนวน 3 แห่ง คือ ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ.สิงห์บุรี ล่องแก่งลำน้ำเข็ก จ.พิษณุโลก และหมู่บ้านสันติชล จ.แม่ฮ่องสอน และ 3) ชุมชนที่มีเฉพาะผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 1 แห่ง คือ บ้านดงยางพรพิบูลย์ จ.อุดรธานี

สำหรับเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนทั้ง 21 แห่งนี้ คือ การคัดเลือกชุมชนแบบผสม เพื่อให้ครอบคลุมและมีความหลากหลายของชุมชนทั้งในแง่พัฒนาการและการบริหารจัดการ เช่น ในด้านพัฒนาการ จะคัดเลือกทั้งชุมชนในที่ดำเนินการมานานกว่า 10 ปี (ชุมชนที่เป็นที่รู้จัก) และชุมชนเกิดใหม่หรือในด้านพื้นที่ ที่มีชุมชนกระจายภูมิภาคต่างๆ ทั้งเหนือ อีสาน กลาง และใต้ หรือในแง่การจัดการที่เป็นบทบาทขององค์กร/หน่วยงาน และชุมชน เป็นต้น

อย่างไรก็ดี พบว่า ใน 1 ชุมชน มีกิจกรรมและบริการหลายอย่างที่ประกอบกันเป็นห่วงโซ่การท่องเที่ยวของชุมชน เช่น บางชุมชนมีทั้งบริการโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้น ในการวิเคราะห์นี้ จึงแบ่งกลุ่มการวิเคราะห์ตามกิจกรรม/บริการการท่องเที่ยว โดยจะสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1) กลุ่มชุมชนโฮมสเตย์ จำนวน 17 กรณี 2) กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว 4 กรณี และ 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน 6 กรณี แสดงดังตารางที่ 3.1

3.1.2 ขอบเขตการวิเคราะห์

1) ศึกษาวิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว เป็นการศึกษาริบทและความเป็นมาของชุมชน สาเหตุของการเริ่มต้นทำการท่องเที่ยวชุมชน

2) วิเคราะห์ทุนภายในและภายนอกชุมชน ศึกษาว่าแต่ละชุมชนมีพื้นฐานทุนในชุมชนที่สามารถนำมาใช้เป็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง ทั้งทุนภายในชุมชน เช่น ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนภูมิปัญญา ทุนทางสังคม เป็นต้น และทุนภายนอกชุมชน เช่น แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีจุดเด่นของทุนประเภทต่างๆ แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขที่นำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน

3) วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน วิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินของกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนต่างๆ เช่น โฮมสเตย์ บริการอาหาร ฐานการเรียนรู้

เป็นต้น โดยพิจารณาผลความคุ้มค่าจากตัวชี้วัดต่างๆ ได้แก่ มูลค่าผลตอบแทนปัจจุบันสุทธิ (Net present value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback period)

4) ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประเมินความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงาน

5) ศึกษาบทบาทของภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในแต่ละพื้นที่

6) วิเคราะห์แนวทางปฏิบัติที่ดีของชุมชนท่องเที่ยว (Good practice)

ตารางที่ 3.1 พื้นที่ศึกษาภายใต้โครงการวิจัย

นักวิจัย	พื้นที่ศึกษา	กลุ่มกิจกรรมที่วิเคราะห์ในพื้นที่		
		โฮมสเตย์ (17 กรณี)	กิจกรรมวันเดียว (3 กรณี)	ผลิตภัณฑ์ชุมชน (6 กรณี)
ผศ.ดร.รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์	1. บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย	✓		✓ (ผ้าหมักโคลน)
	2. บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก	✓		
	3. ชุมชนลับแล จ.อุตรดิตถ์	✓		
	4. อ.วังทอง จ.พิษณุโลก		✓ (ล่องแก่งลำน้ำเข็ก)	
ผศ.อริยา เฝ้าเครื่อง และ อ.ดร. อัครพงศ์ อ้นทอง	5. บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	✓		✓ (หมอนใบชา)
	6. บ้านแม่อางหลวง จ.เชียงใหม่	✓		
	7. บ้านดอกบัว จ.พะเยา	✓		✓ (สบู่ข้าว)
	8. บ้านสันติชล จ.แม่ฮ่องสอน		✓ (ชุมชนเงินยูนนาน)	
	9. เกาะยาวน้อย จ.พังงา	✓		✓ (ผ้าบาติก)
อ.ดร. ศิวาพร ฟองทอง	10. เชียงคาน จ.เลย	✓		✓ (มะพร้าวแก้ว)
	11. บ้านนาอ้อ จ.เลย	✓		
	12. ศิลาโฮมสเตย์ จ.ขอนแก่น	✓		
อ. สาวินี สุริยันรัตนกร	13. บ้านดงยางพรพิบูลย์ อ.พิบูล ลักษณะ จ.อุตรธานี			✓ (ผ้าย้อมคราม)
	14. บ้านเชียง จ.อุตรธานี	✓		
	15. บ้านเตียม จ.อุตรธานี	✓	✓ (ล่องเรือชมทะเลบัวแดง)	
ผศ.ดร. ระพีพัฒน์ ภาสบุตร	16. ประแส จ.ระยอง	✓		
	17. บ้านเกาะเกิด จ. พระนครศรีอยุธยา	✓		
	18. บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี	✓		
	19. ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ. สิงห์บุรี		✓ (ตลาดจำลอง)	
นายอรรถพันธ์ สารวงศ์	20. บ้านท่าหินทอง จ.เขียงราย	✓		
	21. ตำบลอุโมงค์ จ.ลำพูน	✓		

3.2 การวิเคราะห์วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว

ในส่วนนี้ จะเป็นการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงภาพจากโครงการวิจัยย่อย 6 โครงการ ภายใต้โครงการย่อย 1 เพื่อสรุปวิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว สาเหตุสำคัญที่เป็นจุดเริ่มต้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน ขั้นของการพัฒนา ระดับขั้นของการพัฒนาของชุมชนกรณีศึกษาโดยอ้างอิงแบบจำลองวงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยวของบัทเลอร์ (Butler's Tourism Life Cycle Model) รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลทุนพื้นฐานที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยว และวิธีการจัดสรรผลประโยชน์

3.3 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

ในการศึกษานี้ จะเป็นการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณโดยอาศัยหลักการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางบัญชีและทางการเงิน เพื่อพิจารณาผลตอบแทนที่ชุมชนได้รับจากการลงทุนและจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ โฮมสเตย์ กิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว บริการต่างๆ ในชุมชน (อาหาร ขนส่ง) และผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งผลการวิเคราะห์จะนำเสนอ 2 รูปแบบ ดังนี้

1) การวิเคราะห์กำไรขาดทุนตามแนวทางบัญชี โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์งบกำไรขาดทุน (Income statement) ซึ่งเป็นผลการดำเนินงานของกิจการในรอบ 1 ปี โดยเป็นการเปรียบเทียบระหว่างรายได้และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในรอบบัญชีนั้น ว่าก่อให้เกิดผลกำไรหรือขาดทุน โดยวิธีการนี้ ต้นทุนของสินทรัพย์ถาวร (อายุการใช้งานเกิน 1 ปี) ที่ลงทุนไป จะถูกปันส่วนอย่างเป็นระบบตลอดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ ซึ่งจะแสดงต้นทุนของสินทรัพย์ถาวรนี้ในรูปของ “ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์” (Depreciation) ซึ่งคิดเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในทางบัญชีเท่านั้น ไม่ได้มีการจ่ายเงินสดแต่อย่างใด แสดงสมการคำนวณอย่างง่าย

$$\text{กำไร (ขาดทุน)} = \text{รายได้} - \text{ค่าใช้จ่าย}$$

งบกำไรขาดทุน จะช่วยให้เจ้าของกิจการทราบว่า กิจการมีผลการดำเนินงานเป็นอย่างไร มีโครงสร้างรายได้ได้อย่างไร (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2545) ผลกำไรหรือขาดทุนของกิจการมาส่วนใด เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานและคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคต และผลการศึกษานี้ จะทำให้ชาวบ้านเข้าใจผลตอบแทนทางการเงินที่แท้จริง

งบกำไรขาดทุนประกอบด้วยรายการหลัก 3 รายการ ได้แก่ 1) รายได้ 2) ค่าใช้จ่าย และ 2) กำไรหรือขาดทุนสุทธิ โดยแต่ละรายการมีรายละเอียด ดังนี้

1) รายรับ (Revenue) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- รายได้จากการให้บริการโดยตรง คือ รายได้ที่เกิดจากการให้บริการโฮมสเตย์
- รายได้อื่นๆ คือ รายได้ที่ได้รับนอกเหนือจากการให้บริการโฮมสเตย์ เช่น เงินปันผลของกลุ่มโฮมสเตย์ ค่าตอบแทนศึกษาดูงานโฮมสเตย์ เป็นต้น

2) ค่าใช้จ่าย (Expenses) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- ต้นทุนการให้บริการ คือ ต้นทุนที่เกิดจากการให้บริการลูกค้าต่อหน่วย เช่น ค่าอาหาร ค่าสมุนไพร เป็นต้น กล่าวคือ เป็นต้นทุนผันแปรของการดำเนินงาน (Variable operating cost)

▪ **ค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน** คือ ต้นทุนที่เป็นเกิดจากการดำเนินงานที่ไม่ขึ้นกับจำนวนลูกค้า หรือต้นทุนคงที่ของการดำเนินงาน (Fixed operating cost) เป็นต้นทุนที่แม้จะไม่มีลูกค้าก็ต้องจ่าย เช่น ค่าซ่อมบำรุงรายปี เป็นต้น

▪ **ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์** คือ ต้นทุนของสินทรัพย์ถาวร (อายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี) เช่น บ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ที่ถูกปันส่วนอย่างเป็นระบบตลอดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ โดยค่าเสื่อมราคาเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทางบัญชีเท่านั้น ไม่ได้มีการจ่ายเงินสดแต่อย่างใด โดยกำหนดคิดค่าเสื่อมราคาอย่างง่ายโดยวิธีการคำนวณแบบเส้นตรง (Straight-line method) มีสูตรการคำนวณดังนี้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการลงทุนของโฮมสเตย์ไม่ได้เป็นการลงทุนใหม่ทั้งหมด ดังนั้น ต้นทุนที่นับจะนับเฉพาะต้นทุนส่วนที่เพิ่มขึ้นมาเมื่อเปิดบ้านเป็นโฮมสเตย์ บางรายการต้นทุนที่เห็นว่าเป็นการลงทุนเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นอยู่แล้วก่อนเปิดโฮมสเตย์ เช่น ค่าอินเทอร์เน็ต ก็ไม่นับเป็นต้นทุน

▪ **ค่าใช้จ่ายอื่นๆ** เช่น ต้นทุนทางการเงิน (ดอกเบี้ยจ่ายกรณีมีการกู้ยืม) เงินหักสมทบกองทุน เป็นต้น

$$\text{ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์} = \frac{\text{ราคาสินทรัพย์ (บาท)} - \text{มูลค่าซาก (บาท)}}{\text{อายุการใช้งาน (ปี)}}$$

	หน่วย: บาท	สัญลักษณ์
รายรับจากการให้บริการโฮมสเตย์	XXXX	(1)
<u>หัก</u> ต้นทุนจากการให้บริการ (ต้นทุนผันแปรรวม)	<u>XXXX</u>	(2)
กำไรขั้นต้น	<u>XXXX</u>	(3)
<u>บวก</u> รายได้อื่นๆ (ถ้ามี)	<u>XXXX</u>	(4)
<u>หัก</u> ค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน	XXXX	(5)
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์	XXXX	(6)
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ถ้ามี)	<u>XXXX</u>	(7)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	<u>XXXX</u>	(8)

ในการวัดความสามารถในการทำกำไร จะวัดจากอัตราส่วน ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนกำไรขั้นต้น} = \frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{รายได้จากการให้บริการ}} \times 100 = \frac{(3)}{(1)} \times 100$$

ยิ่งค่าร้อยละสูงเท่าไร แสดงถึงความสามารถในการควบคุมต้นทุนในการให้บริการลูกค้าสูง แต่เป็นกำไรที่ยังไม่ได้คำนึงถึงการลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆ

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิ} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{รายได้จากการให้บริการ}} \times 100 = \frac{(8)}{(1)} \times 100$$

การแปลผล คือ ร้อยละสูงที่สูง แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรยิ่งสูง สะท้อนว่ากิจการมีความสามารถในการหารายได้ และควบคุมค่าใช้จ่ายทั้งในด้านการให้บริการและการบริหารงานหรือรายได้ทุกๆ 100 บาท คิดเป็นกำไรกี่บาท

2) การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงิน จะใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ทางการเงิน (Financial Cost-Benefit Analysis) โดยจะแสดงให้เห็นกระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออกที่เกิดขึ้น กล่าวคือ เป็นการเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน (รายได้) กับต้นทุน (ค่าใช้จ่าย) ของโครงการในรูปของตัวเงินที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละปี และประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนในโครงการหรือความสามารถทำกำไรของโครงการว่าเป็นไปได้หรือไม่ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2558) ผู้ลงทุนจะได้ผลตอบแทนหรือกำไรอย่างน้อยเพียงใด ลงทุนแล้วจะใช้เวลาคืนทุนนานเพียงใด โดยในการศึกษานี้กำหนดระยะเวลาดำเนินกิจกรรม 10 ปีและจะประเมินผลความคุ้มค่าจากตัวชี้วัดต่างๆ ดังนี้

2.1) มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิ (Net present value: NPV) คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการลงทุนในแต่ละปี ซึ่งเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนหรือกระแสเงินสดเข้า (Cash Inflows) ลบด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนหรือกระแสเงินสดออก (Cash Outflows) โดยใช้อัตราดอกเบี้ยเป็นอัตราคิดลด

$$NPV = \frac{\sum_{t=1}^n (B_t - C_t)}{(1+r)^t}$$

เมื่อ B_t คือ ผลตอบแทนในปีที่ t

C_t คือ ต้นทุนในปีที่ t

r คือ อัตราคิดลด (discount rate)

มูลค่าปัจจุบัน $NPV > 0$ หมายความว่า การลงทุนของโครงการให้ผลตอบแทนสุทธิที่

คุ้มค่า

2.2) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit-cost ratio: B/C ratio)

$$BCR = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1-r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1-r)^t}}$$

เมื่อ B_t คือ ผลประโยชน์ในปีที่ t
 C_t คือ ต้นทุนในปีที่ t
 r คือ อัตราคิดลด (discount rate)

อัตราผลตอบแทนเป็นการอธิบายว่า การลงทุน 1 บาท จะก่อให้เกิดผลตอบแทนกี่บาท ถ้า B/C ratio > 1 แสดงว่าการลงทุนของโครงการมีความคุ้มค่า เป็นวิธีการอธิบายที่ช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจง่าย แต่ไม่ได้วัดขนาดของผลตอบแทน ดังนั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ จึงควรเสนอทั้ง NPV และ B/C ratio

2.3) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal rate of return: IRR)

$$NPV=0 = \frac{\sum_{t=1}^n (B_t - C_t)}{(1+i)^t}$$

เมื่อ B_t คือ ผลประโยชน์ในปีที่ t
 C_t คือ ต้นทุนในปีที่ t
 i คือ IRR

โครงการที่ควรลงทุนจะต้องมี IRR > อัตราดอกเบี้ยในตลาด (อัตราคิดลด) แสดงว่าการลงทุนของโครงการมีความคุ้มค่า

2.4) ระยะเวลาคืนทุน (Payback period: PB) คือ ระยะเวลาที่ใช้ไปในการลงทุน จนกระทั่งกระแสเงินสดรับสุทธิจากการลงทุนเท่ากับต้นทุนที่ลงทุนไป มีหน่วยวัดเป็นระยะเวลา (ปี หรือ เดือน) โดยระยะเวลาคืนทุน จะเป็นจุดเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี หรือกล่าวได้ว่าการลงทุนไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน และมีกระแสเงินสดสุทธิเป็นบวก หรือมีกำไรได้หลังจุดเวลานี้

$$PB = \text{จำนวนงวดก่อนคืนทุน} + \frac{\text{เงินส่วนที่ยังไม่ได้คืนทุน}}{\text{กระแสเงินสดที่เกิดขึ้นในปีที่คืนทุน}}$$

3.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจ

ในด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวไทยที่ไปใช้บริการท่องเที่ยวชุมชนการศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษา โดยการวิเคราะห์ในส่วนนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการข้อมูลให้กับชุมชนกรณีศึกษา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มโฮมสเตย์ และ 2) กิจกรรมการท่องเที่ยววันเดียว

1) กลุ่มชุมชนโฮมสเตย์

- **โครงสร้างแบบสอบถาม** สำหรับชุมชนโฮมสเตย์ จะใช้แบบสอบถามร่วมกัน โดยแบบสอบถามมีองค์ประกอบทั้งหมด 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 3) ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนท่องเที่ยว และ 4) ข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยรายละเอียดแบบสอบถามแสดงในภาคผนวกที่ 1.1

- **จำนวนตัวอย่าง** กำหนดขนาดตัวอย่างชุมชนละ 50 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตามสะดวก (convenience sampling)

- **จุดเก็บ** พื้นที่ศึกษา 17 ชุมชน ที่เป็นที่มีโฮมสเตย์เป็นหนึ่งในห่วงโซ่บริการ

- **การวิเคราะห์ข้อมูล** การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จะนำเสนอและวิเคราะห์จากค่าสถิติเชิงพรรณนา โดยพิจารณาจากค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อพิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในแต่ละพื้นที่ รวมถึงการวิเคราะห์ความสำคัญ/ ความพึงพอใจ จะประเมินจากมาตรวัด 5 ระดับ คือ เห็นว่าความสำคัญ/ มีความพึงพอใจในระดับใด ซึ่งแบ่งระดับการประเมินออกเป็น 5 ระดับ คือ 1) น้อยที่สุด 2) น้อย 3) ปานกลาง 4) มาก และ 5) มากที่สุด การวิเคราะห์จะพิจารณาจากสถิติพรรณนา คือ พิจารณาค่าความถี่ (Frequency) ซึ่งจะแสดงเป็นค่าร้อยละ โดยเปรียบเทียบระหว่างค่าความถี่ของผู้ที่ประเมินว่าสำคัญและพึงพอใจในแต่ละด้าน โดยมีการแปลผลค่า ดังนี้

เห็นที่สำคัญ คือ ผลรวมของความถี่การให้ความสำคัญระดับมาก และมากที่สุด

มีความพึงพอใจ คือ ผลรวมของความถี่ความพึงพอใจระดับมาก และมากที่สุด

2) กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว

เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียวของแต่ละพื้นที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน คือ ล่องเรือชมดอกบัวแดง จ. อุตรดิตถ์ ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ. สิงห์บุรี และล่องแก่งลำน้ำเข็ก จ. พิษณุโลก ดังนั้น ในรายการประเมินจะมีประเด็นในการประเมินที่แตกต่างกัน จึงให้นักวิจัยในพื้นที่เป็นผู้ออกแบบแบบสอบถามที่เหมาะสมตามบริบทของพื้นที่ รายละเอียดจะแสดงในรายงานของนักวิจัยแต่ละคน

บทที่ 4

ผลการศึกษา

บทนี้ จะเป็นการนำเสนอผลการศึกษา เพื่อให้เห็นจุดเริ่มต้นและวิวัฒนาการของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา การบริหารจัดการภายในกลุ่ม การใช้ทุนต่าง ๆ ในชุมชน ที่ถูกนำมาประกอบกันเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งแต่ละชุมชนก็จะเอกลักษณ์และจุดเด่นของทุนในชุมชนที่แตกต่างกันไป รวมถึงแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วนตามวัตถุประสงค์การศึกษา คือ

- 1) วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว
- 2) วิธีการจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน
- 3) ผลประโยชน์สุทธิทางเศรษฐกิจที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยว
- 4) พฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 5) บทบาทของภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่น และบทบาทของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชน โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียด ดังนี้

4.1 วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว

ชุมชนกรณีศึกษาในโครงการนี้ประกอบด้วย 21 ชุมชน แบ่งเป็นชุมชนในภาคเหนือ 8 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 6 แห่ง ภาคกลาง 6 แห่ง และภาคใต้ 1 แห่ง ชุมชนท่องเที่ยวในกรณีศึกษา เริ่มต้นเปิดชุมชนโดยมีจุดประสงค์ทั้งเพื่อการท่องเที่ยวและการศึกษาดูงาน ส่วนใหญ่มีช่วงเวลาเปิดชุมชนไล่เลี่ยกันในช่วงปี พ.ศ. 2547-2552 โดยในช่วงดังกล่าวมีการท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์ในกรณีศึกษาเกิดขึ้นใน 7 ชุมชน โดยชุมชนที่เริ่มดำเนินการแรกสุด คือ ชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2538 และชุมชนที่ดำเนินการล่าสุด คือ ชุมชนบ้านศิลา จังหวัดขอนแก่น เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2559 จะพบว่า ช่วงเวลาของการพัฒนาของแต่ละชุมชนไม่เท่ากัน ทำให้บางชุมชนพัฒนาไปถึงขั้นเป็นชุมชนท่องเที่ยวอย่างเต็มตัว เช่น ชุมชนเกาะยาวน้อย จ.พังงา ชุมชนแม่กำปอง จ.เชียงใหม่ ชุมชนเชียงคาน จ.เลย เป็นต้น หรือบางชุมชนยังเป็นพื้นที่ศึกษาดูงาน แต่กำลังจะพัฒนาและต่อยอดทุนในชุมชนให้ไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย ชุมชนบ้านท่าขนทอง จ.เชียงราย ชุมชนบ้านบัว จ.พะเยา ชุมชนเกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา เป็นต้น หรือบางกลุ่มอยู่ในขั้นเริ่มต้น แม้จะมีการเปิดให้บริการโฮมสเตย์มานานแล้ว เช่น กลุ่มมอโมงค์โฮมสเตย์ จังหวัดลำพูน ซึ่งระดับของการพัฒนานอกจากจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่เริ่มดำเนินการแล้ว ยังขึ้นอยู่กับทุนพื้นฐานและความพร้อมของแต่ละพื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้เร็วขึ้น

4.1.1 สาเหตุของการเริ่มต้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จุดเริ่มต้นการจัดการท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่ศึกษาแต่ละแห่ง มีแนวคิดหรือมีจุดเริ่มต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม สามารถแบ่งตามจุดเริ่มต้นเปิดชุมชนออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1) **กลุ่มชุมชนที่เริ่มต้นจากวิกฤตในชุมชน** เป็นชุมชนที่ในอดีตพื้นที่มีปัญหาภายในชุมชน หรือมีภัยคุกคามจากภายนอกชุมชน ทำให้กลุ่มคนในชุมชน**เริ่มต้นรวมกลุ่มกันทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อร่วมมือกันในการจัดการปัญหาของชุมชน** รวมถึงต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลงในชุมชน โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ยกตัวอย่างเช่น

ชุมชนเกาะยาวน้อย จ.พังงา ซึ่งถูกเรือประมงภายนอกคุกคามและเข้ามาทำประมงในพื้นที่แบบผิดกฎหมาย (เรืออวนรุนอวนลาก) ทำให้ชาวบ้านรวมตัวกันและจัดตั้ง “ชมรมประมงพื้นบ้าน” ในปี พ.ศ. 2536 เพื่อปกป้องทรัพยากรชายฝั่ง และเริ่มต้นจัดการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2538 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ และชี้ให้เห็นถึงสภาพปัญหาในพื้นที่ ซึ่งเป็นกุศโลบายในการกระตุ้นให้หน่วยงานรัฐในระดับท้องถิ่นดำเนินการตามกฎหมายกับกลุ่มเรือประมงที่คุกคาม รวมถึงการรวมตัวกันขับไล่ ลาดตระเวน และการพานักท่องเที่ยวหรือสื่อมวลชนลงพื้นที่ มีผลทำให้สามารถลดจำนวนเรืออวนรุน อวนลากได้

บ้านสันติชล จ.แม่ฮ่องสอน ซึ่งในอดีตเคยเป็นเส้นทางของขบวนการค้ายาเสพติด และยังเป็นสถานที่พบปะระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายยาเสพติด ภายหลังเมื่อรัฐบาลมีการปราบปรามยาเสพติด พื้นที่นี้ได้กลายเป็นสมรภูมิรบขนาดย่อม ทำให้คนในชุมชนไม่สามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติ บางคนตกเป็นเหยื่อขบวนการค้ายา บางคนก็เสพติดยา แม้ว่าในปัจจุบันปัญหาดังกล่าวได้หมดไป แต่สิ่งที่หลงเหลืออยู่ คือภาพลักษณ์ในเชิงลบที่ภายนอกมองมายังชุมชน ทำให้แกนนำชุมชนและคณะกรรมการหมู่บ้าน ได้ปรึกษารื้อถอนถึงแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้บ้านสันติชล จึงมีแนวคิดเปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว

บ้านแม่กลางหลวง จ.เชียงใหม่ ซึ่งในอดีตชาวบ้านในหมู่บ้านนี้ปลูกฝิ่น ซึ่งเป็นอาชีพที่ผิดกฎหมาย ต่อมาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ทรงให้ชาวบ้านเปลี่ยนจากการปลูกฝิ่นมาทำการเกษตร เช่น ปลูกกาแฟ พืชเมืองหนาว และทำนาข้าว ซึ่งเป็นที่มาของนาขั้นบันไดไล่ระดับตามเชิงเขาที่มีความสวยงาม และกลายเป็นสถานที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในพื้นที่ได้

บ้านคลองหวัชจาง จ.สระบุรี ชาวบ้านบางส่วนได้มีการขายที่ดินให้นายทุนเพื่อปลูกสวนปาล์ม คาลิปัตส และเป็นแรงงานรับจ้างปลูกต้นยูคาลิปตัส ต่อมาในปี พ.ศ. 2540 ได้เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้โรงงานมีการเลิกจ้างพนักงานและวิกฤติน้ำแล้ง ผู้ใหญ่บ้านจึงร่วมกับคณะกรรมการหมู่บ้านปรึกษารื้อถอนเพื่อหาทางแก้ไขปัญหานี้ โดยพยายามหาอาชีพเสริมให้คนในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ด้วยการทอพรหมเช็ดเท้า และพยายามลดรายจ่ายที่ใช้ในการทำการเกษตร ผลการดำเนินงานที่โดดเด่น ทำให้มีคนมาศึกษาดูงานที่ชุมชนบ้านคลองหวัชจางมากขึ้น และในปี พ.ศ. 2552 ชุมชนคลองหวัชจางได้รับคัดเลือกจากจังหวัดสระบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรี และจัดโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน

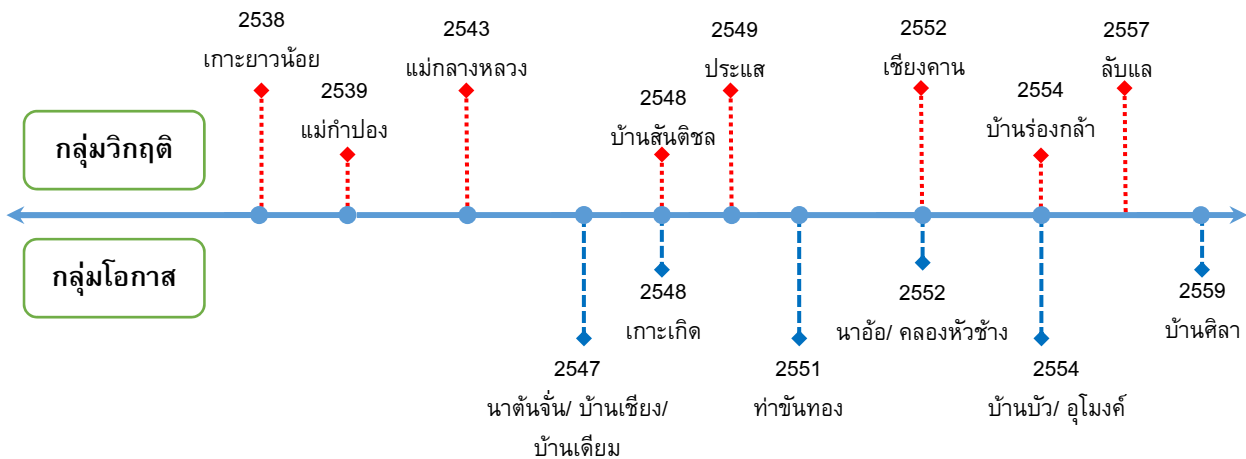
ชุมชนประแส จ.ระยอง ในช่วงที่ภาครัฐมีนโยบายเข้มงวดในการทำประมงมากขึ้นประมาณปี 2539 และ ในปี พ.ศ. 2557 ทำให้การควบคุมการจ้างแรงงานต่างด้าวอย่างเข้มงวด การควบคุมการออก

เรืออย่างเข้มงวดโดยห้ามออกเรือไปนอกเขต ทำให้ชาวชุมชนปากน้ำประแสซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพประมงมีต้นทุนสูงขึ้นและมีรายได้ลดลง ประกอบกับพื้นที่ได้รับการสนับสนุนในด้านการท่องเที่ยว คือ ได้รับมอบเรือรบหลวงประแส และมีการพัฒนาทุ่งโปรงทอง ทำให้ชาวประมงบางส่วนตัดสินใจขายเรือ และหันมาทำธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแทนการทำประมง

2) กลุ่มชุมชนที่มองเห็นโอกาสของชุมชน ชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่เกิดจากการมองเห็นศักยภาพและโอกาสของชุมชนในการจะพัฒนาไปสู่การจัดการท่องเที่ยว และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างผลประโยชน์ให้กับชุมชน โดยชุมชนกลุ่มนี้จะเป็นชุมชนที่มีพื้นฐานของสิ่งดึงดูดใจอยู่แล้วในชุมชน และต้องการต่อยอดการใช้ประโยชน์จากทุนเหล่านั้น เช่น ชุมชนบ้านเดิมมีทะเลบัวแดง ชุมชนเชียงคานมีมรดกโลก (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง) หรือชุมชนบ้านร่องกล้าที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า เป็นต้น นอกจากนี้ บางชุมชนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการศึกษาดูงานที่มีชื่อเสียง มีทุนด้านภูมิปัญญาที่มีความโดดเด่น เช่น ตำบลอุโมงค์ต้นแบบด้านการจัดการสุขภาวะชุมชน บ้านท่าช้างทองและบ้านบัว ต้นแบบด้านเศรษฐกิจพอเพียง หรือชุมชนเกาะเกิด ต้นแบบด้านสมุนไพร เป็นต้น จึงทำให้**ชุมชนเหล่านี้มีอุปสงค์ของผู้มาเยือน (Demand) อยู่แล้วในระดับหนึ่ง** กล่าวคือ มีคนแวะเวียนเข้ามาในชุมชนอยู่บ้างแล้ว ก่อนที่จะพัฒนามาสู่การจัดการท่องเที่ยว

พื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการเป็นพื้นที่ศึกษาดูงาน เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีชื่อเสียง เช่น ผ้าหมักโคลน ของบ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย ยาสมุนไพรอายุวัฒนะ ของชุมชนเกาะเกิด จ.อยุธยา เป็นต้น นอกจากนี้ หลายพื้นที่ยังเป็นพื้นที่ศึกษาที่เป็นต้นแบบของชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง และได้รับคัดเลือกให้เป็น “หมู่บ้านพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง อยู่เย็น เป็นสุข (Smart village)” ได้แก่ ชุมชนบ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่ ชุมชนคลองหัวช้าง จ.สระบุรี ชุมชนบ้านท่าช้างทอง จ.เชียงราย และชุมชนบ้านบัว จ.พะเยา โดยเฉพาะชุมชนบ้านบัว จ.พะเยา ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศหมู่บ้านต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงระดับประเทศ ในปี พ.ศ. 2553 หรือตำบลอุโมงค์ ที่เป็นเครือข่ายสุขภาวะของสำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และได้รับรางวัลเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กร เป็นต้นแบบด้านการบริหารจัดการองค์กรและชุมชน และมี อปท. อื่นๆ ให้ความสนใจมาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม แต่ละชุมชนล้วนแล้วแต่พยายามนำเอาสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นพื้นฐานในการจัดการการท่องเที่ยว แต่สำหรับบางพื้นที่ อาจมีข้อได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ เช่น ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญระดับชาติ เช่น บ้านเชียง จ.อุดรธานี มีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก ซึ่งหมู่บ้านอยู่ภายในเขตอุทยานแห่งชาติร่องกล้า บ้านแมกลางหลวง อยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ หรือบ้านนาต้นจั่น อยู่ใกล้กับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย เป็นต้น ทำให้มีคนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลักและกระจายไปเที่ยวต่อในชุมชน สามารถสรุปจุดเริ่มต้นของการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยวได้ ดังตารางที่ 4.1



ที่มา: จากการสัมภาษณ์

รูปที่ 4.1 เส้นทางการเริ่มต้นชุมชนท่องเที่ยวในกรณีศึกษา

สามารถสรุปข้อมูลวิวัฒนาการเบื้องต้นของชุมชนกลุ่มวิสาหกิจและชุมชนกลุ่มโอกาสได้ดังตารางที่ 4.2 และตารางที่ 4.3 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ากลุ่มโอกาสจะเกิดขึ้นในระยะหลังๆ เมื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยเริ่มขยายตัว

ตารางที่ 4.1 สาเหตุเริ่มต้นของชุมชนท่องเที่ยวกรณีศึกษา

กลุ่ม	พื้นที่ศึกษา	ปีที่เริ่ม	จุดเริ่มต้นการพัฒนา
วิสาหกิจ	เกาะยาวน้อย จ.พังงา	2538	รวมกลุ่มขับไล่เรือประมงนอกที่ใช้อวนลาก อวนรุน
	บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	2539	รายได้จากการทำเหมืองลดลง
	บ้านแม่กลางหลวง จ. เชียงใหม่	2543	ถูกกดดันจากภาครัฐให้ลดการปลูกฝิ่น และหันมาอนุรักษ์ป่า ทำนาขั้นบันได
	บ้านบัว จ.พะเยา	2547	ชาวบ้านได้รับผลกระทบจากการใช้สารเคมีในการเกษตร
	บ้านสันติชล จ.แม่ฮ่องสอน	2548	ปัญหายาเสพติด และต้องการเปลี่ยนภาพพจน์ชุมชน
	ประแส จ.ระยอง	2549	อุตสาหกรรมประมงซบเซาลงจากข้อจำกัดและข้อบังคับทางกฎหมาย
	เชียงคาน จ.เลย	2552	การค้าชายแดนซบเซา จุดพลุโดยงาน 100 ปี เชียงคาน
	บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก	2554	มีปัญหาที่ทำกินในเขตอุทยาน ต้องการลบบางลักษณะผู้ตัดไม้ทำลายป่า จึงปลูกต้นนางพญาเสือโคร่ง
	ชุมชนลับแล จ. อุตรดิตถ์	2557	เกิดเหตุดินโคลนถล่ม จึงต้องการฟื้นฟูบ้านเรือน
โอกาส	บ้านนาดันจัน จ.สุโขทัย	2547	เห็นโอกาสจากการไปศึกษาดูงานที่ประเทศญี่ปุ่น
	บ้านเชียง จ.อุดรธานี	2547	มีแหล่งมรดกโลกในพื้นที่
	บ้านเดียม จ.อุดรธานี	2547	มีทะเลบัวแดง
	เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา	2548	ต้องการให้คนมาศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนอย่างแท้จริง
	บ้านท่าขันทอง จ.เชียงราย	2551	มีคนมาดูงานในพื้นที่จำนวนมาก
	บ้านนาอ้อ จ.เลย	2552	ศูนย์บริการวิชาการ ม.ขอนแก่น (มข.) มาให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
	บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี	2552	มีคนมาศึกษาดูงาน
	อุโมงค์ จ.ลำพูน	2554	มีคนมาดูงานและทำกิจกรรมในพื้นที่ (เครือข่ายของ สสส.)
	ศิลาโสมสแตย์ จ.ขอนแก่น	2559	ศูนย์บริการวิชาการ มข. มาให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ที่มา: จากการสำรวจ

แม้ว่าชุมชนจะเริ่มต้นจากวิกฤตหรือโอกาส แต่สิ่งสำคัญ คือ ในชุมชนจะต้องมี “เชื้อ” เริ่มแรกที่มีอยู่ในชุมชน กล่าวคือ ต้องมีสิ่งดึงดูดใจที่สามารถพัฒนาต่อยอดเพื่อให้มีคนเข้ามาท่องเที่ยวในอาณาบริเวณ เช่น มีพื้นที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น อยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติ อยู่ใกล้มรดกโลก เป็นต้น หรือในพื้นที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว เช่น มีแม่น้ำ ภูเขา จุดชมวิว ทะเลหมอก เป็นต้น มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ชุมชน มีภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งชุมชนแต่ละแห่งก็จะมีพื้นฐานของทุนในชุมชนที่มีความโดดเด่นแตกต่างกันไป เช่น ชุมชนแม่กำปองมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชนเชียงคานมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม มีภูทอกสำหรับชมทะเลหมอก ชุมชนเกาะเกิดมีความโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลอุโมงค์และบ้านบัวมีความโดดเด่นด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีศักยภาพ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เชื่อดังกล่าวเป็นเพียงปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้น แต่การจะ “จุดติด” หรือการจะดำเนินการจัดการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น ยังต้องอาศัยอีกหลายปัจจัยประกอบกัน ทั้งทุนทางสังคม เช่น กลุ่ม เครือข่าย เป็นต้น การบริหารจัดการภายใน/ภายนอกกลุ่ม การสนับสนุนจากหน่วยงาน รวมถึงการจัดการกับผลกระทบต่างๆ จะเกิดขึ้นเมื่อมีการท่องเที่ยว ซึ่งจะได้กล่าวในลำดับถัดไป

การเริ่มต้นจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า มีทั้งที่ชุมชนมีความคิดริเริ่มเอง และเกิดจากองค์กรภายนอกชุมชนได้เข้าให้การสนับสนุนและเตรียมความพร้อมให้ชุมชน โดยชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเริ่มต้นจัดการท่องเที่ยวกันเองภายในชุมชน โดยรวบรวมและอาศัยกลุ่มทุนและเครือข่ายที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นองค์ประกอบในการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ กลุ่มที่มี “ทุนทางสังคม” เป็นพื้นฐาน มักจะเป็นผู้ริเริ่มของการค้นหาจุดขาย จัดเตรียมบริการ และคิดค้นกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน โดยการรวมกลุ่มนี้อาจมาจากการพื้นฐานความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและความไว้วางใจ เช่น เป็นกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน (กลุ่มอีสานอพยพ บ้านท่าช้างทอง กลุ่มไทพวน บ้านเชียง) หรือเป็นกลุ่มอาชีพที่ทำงานด้วยกัน (กลุ่มทอผ้า/กลุ่มแม่บ้าน บ้านนาต้นจั่น กลุ่มชาวอินทรี บ้านบัว) หรือเป็นกลุ่มที่เคยร่วมต่อสู้มาด้วยกัน (กลุ่มอนุรักษ์ของเกาะยาวน้อย) เมื่อกลุ่มเริ่มเป็นรูปเป็นร่าง จึงเกิดการแบ่งหน้าที่และขยายไปยังค้นหาเครือข่ายบริการอื่นๆ ในชุมชนเพื่อเชื่อมโยงห่วงโซ่การให้บริการ เช่น ให้กลุ่มผู้สูงอายุทำหน้าที่ต้อนรับบายศรีสู่ขวัญ กลุ่มแม่บ้านทำหน้าที่ให้บริการด้านอาหาร เพื่อแบ่งหน้าที่ในการให้บริการด้านต่างๆ และเมื่อพัฒนาขึ้นมาเป็นกลุ่มได้ในระดับหนึ่งแล้ว มักจะมีหน่วยงานทั้งของรัฐ สถาบันการศึกษา มาให้การสนับสนุนเพิ่มเติม

แต่มีบางชุมชนที่การท่องเที่ยวชุมชนเกิดจากการมีผู้เข้ามาให้การสนับสนุนตั้งแต่แรกเริ่ม เช่น ชุมชนบ้านศิลา ชุมชนบ้านนาอ้อ ที่มีศูนย์บริการวิชาการของมหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ให้การสนับสนุนในการเริ่มต้น (Facilitator) โดยการจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพคนในชุมชน และยังเป็นเครือข่ายที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นที่ปรึกษาให้กับชุมชนในช่วงเริ่มต้น

4.1.2 ขั้นของการพัฒนา

พื้นที่ศึกษาในโครงการนี้ มีขั้นของการพัฒนาค่อนข้างมีความแตกต่างกัน เนื่องด้วยเวลาในการพัฒนาไม่เท่ากัน ส่วนใหญ่ดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 10 ปี โดยมีหลายชุมชนที่ดำเนินการอยู่ในขั้นของการพัฒนาและได้รับรางวัลการันตีมาตรฐานการดำเนินงานในระดับนานาชาติ เช่น ชุมชนเกาะยวน้อย จ.พังงา ได้รับรางวัล ASEAN Homestay Standard 2016-2018 ชุมชนแม่กำปอง จ. เชียงใหม่ ได้รับรางวัล PATA Gold Awards 2010 และ ASEAN Homestay Award 2016 หรือบ้านนาต้นจั่น จ. สุโขทัย ได้รับรางวัล PATA Gold Awards 2012 และ ASEAN Homestay Award บ้านเชียง จ.อุดรธานี ได้รับรางวัล ASEAN Community Based Tourism Standard Award (2017-2019) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเกิดผลสำเร็จซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ทั้งนี้ การพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะช้าหรือเร็ว ขึ้นอยู่กับทุนพื้นฐานในชุมชนที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยมีข้อสังเกตว่าพื้นที่ที่มีทุนทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น เกาะยวน้อย จ. พังงา มีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล บ้านเตียม มีทะเลบัวแดง ชุมชนบ้านแม่กำปอง มีทรัพยากรป่าไม้และน้ำตก หรือมีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น บ้านเชียง มีมรดกโลก เชียงคาน มีสถาปัตยกรรมบ้านเรือนไม้โบราณที่ตั้งอยู่เลียบแม่น้ำโขง และเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจอยู่แล้ว และสามารถนำมาใช้เป็นทุนเบื้องต้นในการจัดการท่องเที่ยวได้ทันที ประกอบกับการได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้พื้นที่เหล่านี้กลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติด้วยมักจะได้เปรียบ เช่น มีภูเขา (ชมทะเลหมอก) มีป่า สภาพอากาศเย็นสบาย มีพื้นที่ริมน้ำ ริมทะเล ซึ่งสถานที่ทางธรรมชาติเหล่านี้ถือเป็นทุนพื้นฐานที่จะทำให้ชุมชนสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวได้ เช่น ชมทิวทัศน์ เดินป่า เล่นน้ำ ล่องเรือ เป็นต้น

ในขณะที่บางชุมชน ซึ่งอาจจะไม่ได้มีทรัพยากรที่ดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมากเพียงพอ แต่มีความโดดเด่นในด้านภูมิปัญญาและนวัตกรรมท้องถิ่น เป็นพื้นที่ต้นแบบสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ก็มักจะเริ่มต้นจากการเป็นพื้นที่ศึกษาดูงาน แล้วจึงพัฒนาต่อยอดมาสู่การท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะใช้เวลามากกว่าในการเตรียมการพื้นที่จากการเป็นแหล่งเรียนรู้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อน เช่น บ้านท่าช้างทอง แม้ว่าจะเริ่มต้นเปิดชุมชนด้วยการเป็นพื้นที่ศึกษาดูงานตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และได้เปิดโฮมสเตย์รองรับคณะดูงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 และได้ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ครั้งแรกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 และได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ดีเด่นระดับประเทศในปี พ.ศ. 2556 ก็มีคนเข้ามาในชุมชนมากขึ้น แต่ก็ยังเป็นกลุ่มศึกษาดูงานที่มาดูงานด้านโฮมสเตย์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การเริ่มต้นจัดการท่องเที่ยวอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2559 เนื่องจากเริ่มมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มดูงานเพิ่มขึ้น พร้อมๆ ได้มีการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ นอกเหนือไปจากฐานการเรียนรู้ เช่น ล่องเรือแม่น้ำโขง สไลด์เดอร์โคลน เป็นต้น รวมถึงได้มีการจัดงานเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวท่าช้างทองไปในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา โดยมีวัฒนธรรมของคนอีสานที่อาศัยอยู่ในถิ่นลำนนาเป็นจุดขาย

ตารางที่ 4.2 ลักษณะชุมชนของชุมชนกรณีศึกษา

ลักษณะชุมชน	ชุมชนกรณีศึกษา
ชุมชนชนบท	บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย เกาะยาวน้อย จ.พังงา บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก บ้านนาอ้อ จ.เลย บ้านลับแล จ.อุตรดิตถ์ บ้านเดียม จ.อุดรธานี บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่ บ้านดง (พิบูลย์ลักษณะ) จ.อุดรธานี บ้านแม่กลางหลวง จ.เชียงใหม่ บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี บ้านสันติชล จ.แม่ฮ่องสอน บ้านท่าขันทอง จ.เชียงราย
ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท	บ้านบัว จ.พะเยา เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา ศิลาโหมสเตย์ จ.ขอนแก่น ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ.สิงห์บุรี อุโมงค์ จ.ลำพูน
ชุมชนเมือง	เชียงคาน จ.เลย ประแส จ.ระยอง บ้านเชียง จ.อุดรธานี

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการสำรวจพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวที่ศึกษาในเบื้องต้น พบว่า แต่ละชุมชนมีฐานของทุนพื้นฐานในชุมชนหรือที่เรียกว่า “ทุนประเดิม” ที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแตกต่างกันไป ทำให้แต่ละชุมชนมีความได้เปรียบและมีความพร้อมที่แตกต่างกันไป ซึ่งมีผลต่อการเริ่มต้นกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ด้วย โดยสามารถอธิบายในภาพรวมได้ ดังนี้

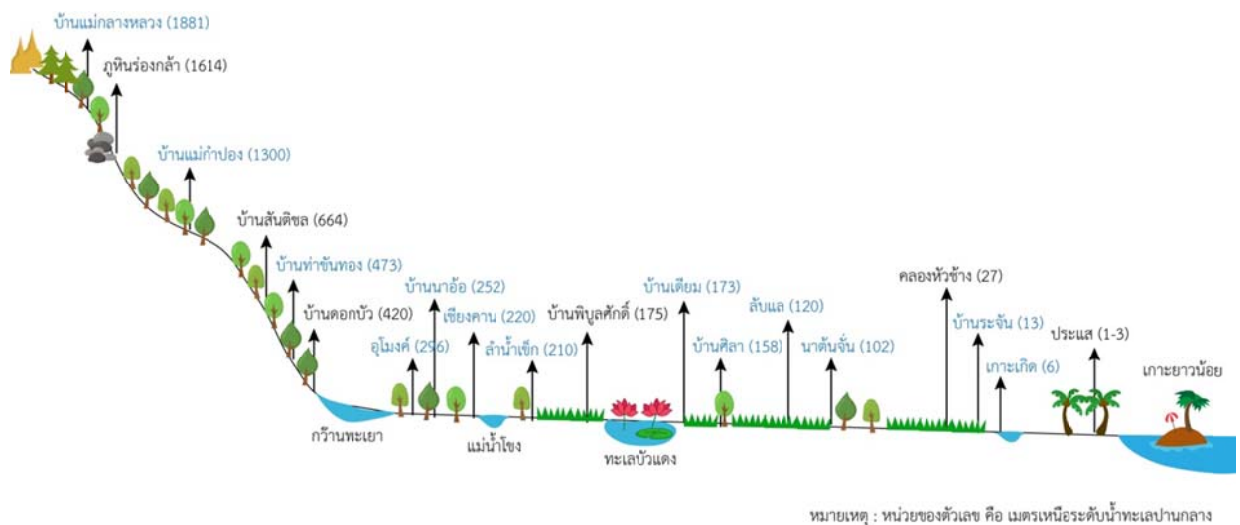
1) ทุนทรัพยากรธรรมชาติ เป็นทุนพื้นฐานที่หลายชุมชนท่องเที่ยวได้นำมาใช้เป็นสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งแต่ละชุมชนก็จะแตกต่างกันไป โดยจะพบว่าหลายชุมชนที่ทุนทางธรรมชาติมีความโดดเด่นและมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น เกาะยาวน้อย จ.พังงา มีทะเลที่มีความสวยงาม ที่บ้านเดียม จังหวัดอุดรธานี มีทะเลบัวแดงที่สวยงามและ CNN ยังยกให้ทะเลบัวแดง ติด 1 ใน 15 ทะเลสาบที่แปลกที่สุดในโลก หรือชุมชนบ้านแม่กำปอง ที่มีทั้งป่าไม้และน้ำตก มีอากาศและบรรยากาศที่สดชื่น หรือหมู่บ้านร่องกล้า ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า มีเป็นภูเขาสูง ป่าดงดิบ อากาศหนาวเย็นตลอดปี มีทิวทัศน์สวยงาม ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้เหมาะแก่การเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และถือเป็นจุดขายหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของชุมชนเหล่านี้

ในบางพื้นที่ เช่น ชุมชนบ้านนาต้นจั่นมี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ใกล้เคียงชุมชน (ประมาณ 3 กิโลเมตร) คือ “จุดชมวิวยอดต้นไธ” ซึ่งได้ถูกเชื่อมโยงให้เข้ากับการท่องเที่ยวของบ้านนาต้นจั่น เปิดในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งกิจกรรมยามเช้าที่น่าสนใจ เพื่อรอชมทะเลหมอกในยามเช้า เช่นเดียวกับชุมชนเชียงคาน ซึ่งได้เชื่อมโยงกับ “ภูทอก” เป็นภูเขาที่สามารถเดินขึ้นได้ดูทะเลหมอกได้สะดวกมาก ก็ถูกเชื่อมโยงเข้ากับการท่องเที่ยวของเชียงคาน ซึ่งทรัพยากรดังกล่าวทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาพักค้างคืนในชุมชนเพื่อดูทะเลหมอกและทำกิจกรรมในชุมชนได้มากขึ้น

พื้นที่ที่มีทำเลตั้งอยู่บนที่สูง มักได้เปรียบจากสภาพอากาศที่หนาวเย็น เช่น ชุมชนบ้านแม่กำปอง ตั้งอยู่บนพื้นที่ความสูงมากกว่า 1,300 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง ที่มีทั้งป่าไม้และน้ำตก มีอากาศและบรรยากาศที่สดชื่น หรือหมู่บ้านร่องกล้า ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า มีเป็นภูเขาสูง

ป่าดงดิบ อากาศหนาวเย็นตลอดปี มีทิวทัศน์สวยงาม ซึ่งอยู่สูงกว่า 1,600 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง และแมกกลางหลวงซึ่งเป็นชุมชนกรณีศึกษาที่อยู่ในระดับสูงที่สุด ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้เหมาะแก่การเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และถือเป็นจุดขายหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนเหล่านี้

รูปที่ 4.3 แสดงการกระจายในกรณีศึกษาในพื้นที่และระดับความสูงแตกต่างกัน จึงทำให้ชุมชนที่สูงมีความได้เปรียบในประเด็นอากาศที่หนาวเย็นในฤดูหนาว เพราะอากาศเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวไทย และปัจจัยนี้ยังทำให้ชุมชนกรณีศึกษา สามารถให้บริการได้อย่างสะดวกสบายโดยไม่ต้องอาศัยเครื่องปรับอากาศ ชุมชนเหล่านี้ ได้แก่ ชุมชนในภาคเหนือโดยเฉพาะแม่กำปอง แม่กลางหลวงและภูหินร่องกล้า มีอากาศเย็นสบายตลอดปี



ที่มา: มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2561)

รูปที่ 4.3 ชุมชนท่องเที่ยวกรณีศึกษาที่กระจายตามระดับความสูง

มีข้อสังเกตว่า การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน ทรัพยากรธรรมชาตินับว่าเป็นทุนที่มีค่อนข้างมีความสำคัญที่จะเป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว กล่าวคือ ถ้าชุมชนใดมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และสวยงาม จะสามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวได้เร็วและง่ายกว่าชุมชนที่ไม่มีทรัพยากรธรรมชาติหรือน้อย

2) ทุนทางวัฒนธรรม พื้นที่ศึกษาหลายแห่ง พบว่า คนในชุมชนเป็นกลุ่มคนที่มีภูมิหลังด้านชาติพันธุ์เป็นกลุ่มคนกลุ่มเดียวกัน ซึ่งแต่ละชุมชนมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปตามพื้นที่ ตามกลุ่มชาติพันธุ์ ทำให้แต่ละพื้นที่มีความโดดเด่นในเชิงวัฒนธรรม จะพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมถูกนำมาใช้เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยเฉพาะชุมชนท่องเที่ยวที่เน้นการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชน และมีกิจกรรมที่ต่อยอดมาจากทุนวัฒนธรรม เช่น การร้องสรภัญญะต้อนรับนักท่องเที่ยว การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ การร้องรำทำเพลง อาหารท้องถิ่น เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนบ้านท่าช้างทอง ชุมชนบ้านนาดันจัน เป็นต้น หรือผ่านสถาปัตยกรรมบ้านเรือน เช่น ชุมชนบ้านเชียง ชุมชนเชียงคาน ชุมชนนาอ้อ เป็นต้น โดยเฉพาะชุมชนเชียงคาน ถือว่าทุนทางวัฒนธรรมค่อนข้างโดดเด่น โดยเฉพาะสถาปัตยกรรมบ้านโบราณเลียบบ้านน้ำโขง ถือว่าเป็นจุดดึงดูดใจสำคัญ ซึ่งเทศบาลตำบลเชียงคานก็ได้ให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ โดยมีการออกเทศบัญญัติ เรื่อง กำหนดประเภท

ลักษณะ แบบ รูปทรง ระยะหรือระดับของอาคาร และบริเวณห้ามก่อสร้างดัดแปลง รื้อถอน เคลื่อนย้าย ใช้หรือเปลี่ยนการใช้อาคารบางชนิดหรือบางประเภทในท้องที่เทศบาลตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พ.ศ. 2553 เพื่อควบคุมการสร้างและดัดแปลงบ้านโบราณ และคงเอกลักษณ์เมืองเก่าเชียงคานไว้ นอกจากนี้ ที่เชียงคานยังใช้พื้นที่บริเวณบ้านโบราณเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงคาน โดยถนนสายเลียบบแม่น้ำโขงที่ทั้งสองฝั่งถูกขนาบด้วยบ้านเก่า ตอนเย็นจะมีถนนคนเดินเชียงคาน และตอนเช้ามีกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวเชียงคาน คือ “การตักบาตรข้าวเหนียวยามเช้า” ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาพักที่เชียงคานก็จะมาตักบาตร ซึ่งก็จะพบเห็นคนในชุมชนท้องถิ่นมาตักบาตรด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรม เกิดการมีส่วนร่วม และเกิดความประทับใจได้

หรือบ้านเชียง ที่เครื่องปั้นโบราณมีลายเขียนลายกันหอย ซึ่งเป็นที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้านเชียง และมีการสืบทอดต่อๆ กันมา ทำให้สามารถนำเอาเอกลักษณ์นี้มีสร้างมูลค่า คือ การทำเครื่องปั้นดินเผา ลายบ้านเชียง และยังสามารถจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้วาดลายเส้นลงบนเครื่องปั้น เป็นผลงานของตัวเองได้ หรือที่ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน เป็นตัวอย่างของการนำเอาวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งเป็นเรื่องราวในอดีตของชาวบ้านบางระจัน มาจำลองอยู่ในตลาด โดยทุกคนในตลาดมีข้อตกลงร่วมกันในด้านการแต่งกาย การตกแต่งร้าน การใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่สอดคล้องกับยุคสมัย โดยให้แต่ละคนปฏิบัติตามข้อตกลง ทำให้บรรยากาศในภาพรวมมีความเป็นยุคอดีตที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งตลาด

แต่ละชุมชนมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปตามพื้นที่ ตามกลุ่มชาติพันธุ์ ทำให้แต่ละพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในเชิงวัฒนธรรม จะพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมถูกนำมาใช้เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยเฉพาะชุมชนท่องเที่ยวที่เน้นการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชน และมีกิจกรรมที่ต่อยอดมาจากทุนวัฒนธรรม เช่น การร้องสรภัญญะต้อนรับนักท่องเที่ยว การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ การร้องรำทำเพลง อาหารท้องถิ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ บางพื้นที่ยังมีการจัดงานประจำปีที่เป็นวัฒนธรรมของพื้นที่ ซึ่งมีการจัดเป็นงานประจำปีเพื่อสืบทอดประเพณีที่งดงามและยังเป็นส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น ประเพณีแห่ น้ำขึ้นโฮงสร่งน้ำเจ้าหมื่นดั่ง ที่บ้านนาต้นจั่น งานลอยผาสาต ดารดาชนทีโขง (ออกพรรษา) ที่เชียงคาน งานเฉลิมฉลองมรดกโลกบ้านเชียง ที่บ้านเชียง งานที่ปะวารี ณ บ้านระจันวันเพ็ญ ที่ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน งานสืบสานวัฒนธรรม ปิงห่าง ไส้อั่ว หละปูน ที่ตำบลอุโมงค์ กิจกรรมเหล่านี้ มีส่วนดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชนมากขึ้น

ตารางที่ 4.3 ชุมชนที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์

ชุมชน	กลุ่มวัฒนธรรม
บ้านท่าขันทอง	เป็นชาวอีสานอพยพมาอยู่ในภาคเหนือ ก็นำเอาวัฒนธรรมอีสานมาด้วยทั้งการปรุงอาหาร การแต่งกาย การแสดงกลอนลำต่างๆ
บ้านเชียง	เป็นกลุ่มไทยพวนที่มีรากเหง้ามาจากเมืองเชียงขวางของประเทศลาว ก็นำเอาอาหารพื้นบ้าน และการฟ้อนรำแบบไทยพวน การเขียนสีหม้อลาย
บ้านนาต้นจั่น	เป็นกลุ่มไทยยวน (โยนก) เป็นชุมชนโบราณที่มีอายุมากกว่า 200 ปี ที่บรรพบุรุษอพยพมาจากแคว้นโยนก อำเภอยางสีสุราช จังหวัดเชียงราย
บ้านร่องกล้า	กลุ่มวัฒนธรรมชาวม้ง คนบ้านร่องกล้าเป็นคนไทยเชื้อสายม้ง อพยพมาจาก จ.น่าน
บ้านแม่กลางหลวง	เป็นกลุ่มชนเผ่าปกาเกอะญอ
หมู่บ้านสันติชล	วัฒนธรรมจีนยูนนาน
บ้านนาอ้อ	วัฒนธรรมล้านช้าง มีการตั้งหมู่บ้านมานานกว่า 450 ปี บรรพบุรุษชาวบ้านนาอ้ออพยพมาจากหลวงพระบางและเวียงจันทน์ ประมาณ พ.ศ.2236 โดดเด่นด้านภาษา สถาปัตยกรรม บ้านเรือน
ชุมชนคลองหัวช้าง	มีการอพยพชาวบ้านจากจังหวัดอุบลราชธานี 10 กว่าหลังคาเรือน ต่อมากลุ่มคนจากนครนายกได้อพยพเข้ามาและนำเอาวิถีชีวิตแบบลาวพวนเข้ามาด้วย
ตำบลเชียงคาน	กลุ่มชาวลาวที่มีพื้นฐานทำการค้าขาย ชุมชนเชียงคานในอดีตเป็นสังคมการค้าขาย จึงมีการวางผังและตั้งถิ่นฐานตามแนวเส้นทางคมนาคม ซึ่งก็คือแม่น้ำโขง มีเรือนไม้เก่าแก่ตั้งเรียงแถวเป็นแนวยาวเลียบบ้าน้ำโขง ซึ่งเป็นจุดเด่นของเชียงคาน นอกจากนี้ ยังมีการดักบาตรข้าวเหนียวที่คนดั้งเดิมยังคงยึดถือปฏิบัติจนถึงปัจจุบัน

3) ทนภูมิปัญญา ถือว่าเป็นทุนพื้นฐานสำคัญสำหรับดึงดูดลูกค้ากลุ่มศึกษาดูงาน หลายพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาสิ่งเหล่านั้นมาเป็นฐานการเรียนรู้ สินค้าโอท็อป หรือเป็นของฝากได้ ซึ่งเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว เช่น

บ้านนาต้นจั่น มีภูมิปัญญาการหมักผ้าด้วยโคลน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ทำให้ผ้านุ่ม และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของบ้านนาต้นจั่น โดยในปี พ.ศ. 2560 สามารถสร้างรายได้จากการขายผ้าทอหมักโคลนได้สูงถึง 17 ล้านบาท

ชุมชนเกาะเกิด ถือว่าเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ที่มีการทำยาสมุนไพรอายุวัฒนะ ซึ่งมีการสืบทอดตำรายาสมุนไพรมาจากบรรพบุรุษ ได้มีการจดอนุสิทธิบัตรกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้รับมาตรฐานทะเบียนยาจากกระทรวงสาธารณสุข รวมถึงได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอายุวัฒนะ และได้รับเลือกเป็นวิสาหกิจชุมชนอันดับ 1 ของอำเภอบางปะอินและเป็นสินค้า OTOP ตำบลเกาะเกิด

ชุมชนบ้านบัว เป็นหมู่บ้านข้าวอินทรีย์ ข้าวอินทรีย์ที่ผลิตเป็นข้าวที่มีคุณภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการสูง กระบวนการผลิตปลอดจากสารเคมีและมีมาตรฐาน จนได้รับตรา Organic Rice Thailand

ชุมชนเชียงคาน มีการผลิตมะพร้าวแก้วโดยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อย การผลิตสะอาดและถูกหลักอนามัย โดยได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานอาหารและยา (อย.) จังหวัด สำนักงานกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเลย

จะพบว่า หลายชุมชนมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีศักยภาพและมีชื่อเสียง สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และยังสามารถดึงดูดให้คนที่สนใจเข้ามาศึกษาดูงาน เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และเมื่อมีการท่องเที่ยวชุมชน ผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะสามารถจำหน่ายเป็นของฝากและสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับชุมชนได้อีกด้วย

4) ทูมนุษย์ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มหรือแกนนำกลุ่มที่เป็นผู้ริเริ่มจัดการท่องเที่ยว ซึ่งมีบทบาทในการรวบรวมทุนในชุมชน เครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยในพื้นที่ศึกษา พบว่า แกนนำคนสำคัญของชุมชนท่องเที่ยวมีหลายลักษณะ แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยมีบทบาทในการเป็นผู้นำขององค์กรในพื้นที่ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้นำชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำหมู่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน (2) บุคลากรอปท. เช่น สมาชิก อบต. รองนายกเทศมนตรี ปลัดเทศบาลตำบล นายกเทศบาล (3) ผู้นำองค์กร เช่น เจ้าอาวาส (เจ้าคณะอำเภอ) ผู้อำนวยการโรงเรียน และ (4) ผู้นำกลุ่ม/แกนนำกลุ่ม เช่น ประธานกลุ่มวิสาหกิจ แกนนำกลุ่มประมงพื้นบ้าน ประธานกลุ่มอาชีพ ประธานกลุ่มแม่บ้าน ประธานกลุ่มสตรี เป็นต้น

แกนนำเหล่านี้มักจะเป็นผู้ที่ชาวบ้านเกรงใจและให้ความร่วมมือ เนื่องจากเป็นผู้มีความรู้และมีความสามารถในการเชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยเหลือในการทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ทำให้การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนทำได้ง่ายขึ้น รวมถึงเป็นตัวแทนประสานหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกชุมชนเพื่อขอรับการสนับสนุนการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ โดยเฉพาะแกนนำที่เป็นบุคลากรของ อปท. จะสามารถรู้ช่องทางในการของบประมาณสนับสนุนได้มากขึ้น ที่โดดเด่นมาก ได้แก่ ป่าเสียมม แสงสาม บ้านนาต้นจั่น และกลุ่มแกนนำเกาะยาวน้อย

แกนนำบางพื้นที่ ตัวแกนนำประเภทผู้ที่มีองค์ความรู้เฉพาะ เช่น ป้าลำพูน พรรณไวย ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวบ้านเกาะเกิด เป็นผู้มีความรู้ในเรื่องยาอายุวัฒนะ ก็ได้ใช้ยาอายุวัฒนะเป็นจุดขายในการดึงดูดลูกค้า ซึ่งมีผู้สนใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น ก็มีการมาศึกษาดูงาน มีการจัดกิจกรรมทางด้านสุขภาพ และต่อยอดไปสู่การเปิดบริการโฮมสเตย์และการท่องเที่ยวในชุมชน อย่างไรก็ตาม ตัวแกนนำมีลักษณะเป็นเจ้าขององค์ความรู้ที่เป็นสิ่งดึงดูดสำคัญของการท่องเที่ยว ซึ่งจะถ่ายทอดให้กับคนในครอบครัวเท่านั้น ส่วนที่ตลาดไทยย่อนยุคบ้านระจันเป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่ผู้นำในเชิงความคิดเป็นพระ ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาให้กับชาวบ้านในการดำเนินงานของตลาด

นอกจากนี้ หลายชุมชนยังมีข้อได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลักที่เป็นจุดดึงดูดใจสำคัญ ทำให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนมากขึ้น เช่น ชุมชนบ้านเชียง มีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง (มรดกโลก) ชุมชนบ้านท่าช้างทอง อยู่ใกล้สามเหลี่ยมทองคำ และอำเภอแม่สาย ชุมชนบ้านนาต้นจั่น อยู่ใกล้อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ชุมชนบ้านร่องกล้า ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า (ลานหินปุ่ม) ชุมชนบ้านแม่มกลางหลวง อยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ หมู่บ้านสันติชล อยู่ในอำเภอปาย หรือชุมชนเกาะเกิด มีศูนย์ศิลปาชีพเกาะเกิด เป็นต้น

4.1.4 ลักษณะของการท่องเที่ยวของชุมชน

เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนมีพลวัต และหลายชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษามีการนำเสนอจุดเด่นจากพื้นฐานทรัพยากรที่แตกต่างกัน ทำให้สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามลักษณะกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ คือ

1. **ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว** คือ ชุมชนที่เน้นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยชุมชนมีความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และนำทรัพยากรเหล่านั้นมาใช้เป็นปัจจัยพื้นฐานในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กิจกรรมเป็นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายเป็นหลัก

2. **ชุมชนเพื่อศึกษาดูงาน** คือ ชุมชนที่เน้นกิจกรรมด้านการศึกษาดูงาน โดยชุมชนมีความโดดเด่นของแหล่งการศึกษา มีฐานการเรียนรู้ที่มีศักยภาพ กล่าวคือ มีองค์ความรู้ที่มีการถอดบทเรียน และมีวิทยากรให้ความรู้ จัดฐานการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม กิจกรรมเป็นกิจกรรมด้านการศึกษาดูงานเป็นหลัก

3. **ชุมชนเพื่อการศึกษาดูงานที่จะเปลี่ยนเป็นท่องเที่ยว (In between)** คือ ชุมชนที่เคยเป็นพื้นที่ศึกษาดูงาน และพัฒนาฐานการดูงานมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และรวบรวมทรัพยากรต่างๆ ในชุมชนมาจัดการท่องเที่ยว เช่น ด้านวัฒนธรรม ด้านภูมิปัญญา ด้านธรรมชาติ เป็นต้น กิจกรรมเป็นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่มีฐานการเรียนรู้เป็นองค์ประกอบในการท่องเที่ยว สามารถสรุปประเภทชุมชนตามลักษณะการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ประเภทกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว

ชุมชน	ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว	ชุมชนเพื่อศึกษาดูงาน	ชุมชนเพื่อการศึกษาดูงานที่จะเปลี่ยนเป็นท่องเที่ยว (In between)
1. บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย		✓	☆
2. บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก	✓		
3. บ้านลับแล จ.อุตรดิตถ์	✓		
4. บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	✓		
5. บ้านแม่กลางหลวง จ.เชียงใหม่	✓		
6. บ้านบัว จ.พะเยา		✓	
7. บ้านสันติชล จ.แม่ฮ่องสอน	✓		
8. เกาะยาวน้อย จ.พังงา	✓		
9. เขียงคาน จ.เลย	✓		
10. บ้านนาอ้อ จ.เลย	✓		
11. คีลาโฮมสเตย์ จ.ขอนแก่น			
12. บ้านเชียง จ.อุดรธานี		✓	☆
13. ประแส จ.ระยอง	✓		
14. เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา		✓	
15. บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี		✓	
16. บ้านท่าช้างทอง จ.เชียงราย		✓	☆
17. อุโมงค์ จ.ลำพูน		✓	

ตารางที่ 4.5 ประเภทกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว (ต่อ)

ชุมชน	
18. ลำน้ำเข็ก จ.พิษณุโลก	ท่องเที่ยววันเดียว (Day trip)
19. ทะเลบัวแดง จ.อุดรธานี	
20. ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ.สิงห์บุรี	
21. ข้าวแคบ/ทุเรียนกวน/ทุเรียนทอด อ.ลับแล จ.อุตรดิตถ์	ผลิตภัณฑ์ชุมชน
22. สบู่ข้าว บ้านบัว จ.พะเยา	
23. หมอนใบชา แม่กำปอง จ.เชียงใหม่	
24. ผ้าบาติก เกาะยาวน้อย จ.พังงา	
25. มะพร้าวแก้ว เชียงคาน จ.เลย	
26. ผ้ามัดหมี่ย้อมคราม บ้านดง จ.อุดรธานี	

โดยสรุป จะพบว่า แต่ละชุมชนมีพื้นฐานที่แตกต่างกัน ทั้งบริบทของชุมชนที่ทำให้เกิดความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน ความสมบูรณ์ของทุนประเดิมในชุมชน และการพัฒนาของแต่ละชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยส่งผลต่อระดับศักยภาพและขีดความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

4.2 วิธีการจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน

เนื่องจากการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย ทั้งผู้ดำเนินงานภายในกลุ่ม และคนในชุมชน เนื่องจากการท่องเที่ยวเที่ยวอาจสร้างผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ ทั้งที่คาดหวังและไม่ได้คาดหวัง ดังนั้น การจัดสรรผลประโยชน์ที่เป็นธรรมย่อมเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน โดยชุมชนท่องเที่ยวต่างก็มีวิธีจัดสรรผลประโยชน์ที่แตกต่างกันไปตามบริบทของพื้นที่ การกระจายผลประโยชน์ พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวมีการกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในกลุ่ม คนในชุมชน และสังคม

1) การจัดสรรผลประโยชน์ในระดับกลุ่ม เป็นการกระจายผลประโยชน์เริ่มต้นให้กับสมาชิกกลุ่ม ซึ่งมักจะกระจายตามผลการดำเนินงาน กล่าวคือ ผลประโยชน์หลัก คือ รายได้จากการให้บริการ ซึ่งขึ้นตรงกับจำนวนการให้บริการ ซึ่งมาจากการกระจายโอกาสการให้บริการของกลุ่ม โดยเฉพาะโฮมสเตย์ แต่ละกลุ่มจะมีการกำหนดรูปแบบการกระจายลูกค้าให้สมาชิก ในพื้นที่ศึกษาพบว่ามี 3 วิธีหลัก คือ 1) กระจายให้สมาชิกตามลำดับคิว 2) กระจายให้ทุกบ้านได้รับลูกค้าเท่ากันในแต่ละรอบ และ 3) ลูกค้าเลือกที่พักเอง จะพบว่า การกระจายลูกค้าของกลุ่มโฮมสเตย์ค่อนข้างสอดคล้องกับบริบทของชุมชนและกลุ่มลูกค้า กล่าวคือ ในชุมชนที่เป็นชุมชนท่องเที่ยวพักผ่อนและมีกลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งมาเป็นกลุ่มเล็กๆ จะใช้ระบบแบบเวียนตามลำดับคิว เช่น นาตันจัน เกาะยาวน้อย แม่กำปอง เป็นต้น ส่วนไรชุมชนที่เป็นชุมชนศึกษาดูงาน กลุ่มลูกค้าเป็นคณะศึกษาดูงานที่มักจะมาเป็นหมู่คณะจำนวนหลายคน มีจะใช้วิธีการกระจายลูกค้าให้แต่ละบ้านอย่างเท่าๆ กันในการรับลูกค้าแต่ละรอบ เพื่อให้ทุกคนได้มีโอกาสรับลูกค้า เช่น บ้านบัว บ้านคลองหัวช้าง เกาะเกิด เป็นต้น ส่วนชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก มีลูกค้าที่เป็นกลุ่มเฉพาะหรือลูกค้ากำลังจ่ายสูง ส่วนใหญ่เป็นโฮมสเตย์ที่ไม่ได้ดำเนินการเป็นกลุ่ม ก็จะเปิดให้ลูกค้าเป็นผู้เลือกเอง เช่น ประแส (ฝักริมน้ำ) เชียงคาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การกระจายลูกค้าในโฮมสเตย์ที่ดำเนินการเป็นกลุ่มยังมีความยืดหยุ่น กล่าวคือ มีการใช้ทั้งระบบคิวและการกระจายเท่าๆ กัน แล้วแต่กรณี เพื่อพยายามให้สมาชิกทุกคนได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกัน เนื่องจากในบางครั้งพื้นที่ที่ใช้ระบบคิว เมื่อลูกค้าที่เข้ามาในกลุ่มดูงานที่มาเป็นจำนวนมาก ในรอบนั้นก็จะกระจายให้ทุกคนเท่าๆ กัน หรือบางพื้นที่ที่ใช้วิธีการกระจายเท่าๆ กัน แต่ในบางครั้งคณะที่มา มีจำนวนไม่มากพอที่จะกระจายให้กับสมาชิกทุกคน ในรอบต่อไปก็จะให้สิทธิ์กับสมาชิกที่ไม่ได้รับลูกค้าในรอบนี้ก่อน เป็นต้น

นอกจากนี้ ในหลายพื้นที่เริ่มเปิดโอกาสให้แต่ละบ้านสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เอง เช่น บ้านเชียง บ้านท่าขันทอง โดยแต่ละบ้านมีการให้เบอร์ติดต่อ หรือนามบัตรที่เป็นของส่วนตัวให้กับลูกค้า ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะทำให้แต่ละบ้านจะสามารถหาลูกค้าเอง นอกเหนือจากที่กลุ่มกระจายมาให้

ตารางที่ 4.6 วิธีการกระจายลูกค้าของกลุ่มโฮมสเตย์

การกระจายลูกค้า	พื้นที่
1. ตามลำดับคิว	บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย เกาะยาวน้อย จ.พังงา บ้านลับแล จ.อุตรดิตถ์ ศิลาโฮมสเตย์ จ.ขอนแก่น บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่ บ้านเดียม จ.อุดรธานี บ้านเชียง จ.อุดรธานี
2. กระจายเท่าๆ กัน	บ้านแม่กลางหลวง จ.เชียงใหม่ เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา บ้านบัว จ.พะเยา บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี บ้านนาอ้อ จ.เลย บ้านท่าขันทอง จ.เชียงราย อุโมงค์ จ.ลำพูน ประแส จ.ระยอง (ฝั่งทุ่งโปรงทอง)
3. ลูกค้าเลือกเอง	บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก ประแส จ.ระยอง (ฝั่งริมน้ำ) เชียงคาน จ.เลย

ที่มา: จากการสำรวจ

ส่วนกรณีของบริการการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มเรือของบ้านเดียม ก็ได้ใช้ระบบคิวในการกระจายลูกค้าให้สมาชิก โดยเรือแต่ละลำจะมีการติดเบอร์และจัดเรียงคิวเดินเรือตามลำดับ หากเจ้าของเรือไม่สามารถมาให้บริการตามคิวเรือของตนได้ตามคิวที่กำหนด เมื่อมาถึงก็ต้องไปต่อเป็นคิวสุดท้าย ดังนั้น สมาชิกกลุ่มเรือต้องทำการตรวจสอบลำดับของตนเองอยู่เรื่อยๆ ว่าใกล้ถึงคิวตนเองแล้วหรือยัง ส่วนกลุ่มผู้ให้บริการรถนำเที่ยวชุมชนบ้านร่องกล้า ภายในกลุ่มมีการจัดเรียงคิวอย่างเท่าเทียมกัน แต่เมื่อคนใดไม่ว่างหรือไม่พร้อมที่จะให้บริการ จะมีการยกคิวให้คนถัดไปโดยไม่มีการหักค่าให้คิว และมีการช่วยกันกระจายนักท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวภายในกลุ่ม หรือกลุ่มรถขึ้นภูทอก ที่มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่มีรถนำมาให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวขึ้นไปดูทะเลหมอกที่ภูทอก โดยคิวรถจะไปขึ้นไปส่งนักท่องเที่ยวที่มาถึงทันทีโดยไม่รอให้เต็มลำแล้วถึงออกรถ และค่าบริการที่ได้ก็จะนำแบ่งกันภายในกลุ่มสมาชิก

นอกจากการจัดสรรผลประโยชน์ที่เป็นรายได้จากผลการดำเนินงานแล้ว ในบางชุมชนยังมีการหักเงินรายได้บางส่วนเพื่อใช้เป็นเงินกองกลางสำหรับจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิกในกลุ่ม เช่น กลุ่มเรือบ้านเดียม ได้เก็บเงินสะสมกองทุนส่วนหนึ่งจะจัดสรรให้กับสมาชิกที่ต้องการซื้อเรือเป็นของตนเอง แต่ไม่มีเงินทุนกู้เงินมาลงทุน จะได้รับสิทธิกู้ยืมเงินจากกลุ่มในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ คือ

อัตราร้อยละ 1 ต่อเดือน ญาติคนละไม่เกิน 20,000 หรือกลุ่มศิลาโอมสเตย์และกลุ่มอูโมงค์โอมสเตย์ก็จะมีเงินช่วยเหลือสมาชิกกรณีเกิดการเจ็บป่วยหรือเสียชีวิต หรือกลุ่มทอผ้าบ้านดง ก็มีเงินสำรองให้สมาชิกได้กู้ยืมเพื่อใช้จ่ายฉุกเฉิน

2) การจัดสรรผลประโยชน์เพื่อสังคม หลายชุมชนให้ความสำคัญกับการกระจายผลประโยชน์ ซึ่งไม่เพียงแต่การกระจายรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มเท่านั้น แต่ได้มีการกระจายไปยังสมาชิกในชุมชนและสังคมส่วนรวม เช่น ชุมชนบ้านเชียง มีส่วนเงินกองกลางที่มีการจัดสวัสดิการให้คนในหมู่บ้านกรณีเจ็บป่วย หรือบ้านบัว ที่มีการจัดสรรผลประโยชน์ที่ได้ให้กับครัวเรือนอื่นๆ ในชุมชนที่ไม่ได้ทำการท่องเที่ยว โดยหักเงินรายได้บางส่วนเข้ากองกลาง เมื่อครบปีจึงนำเงินก้อนนี้มาเฉลี่ยให้ครัวเรือนในหมู่บ้านที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวด้วย หรือในบางพื้นที่มีการเก็บเงินในลักษณะของเงินกองทุนสำหรับทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์และพัฒนาพื้นที่ เช่น บ้านแม่กำปอง มีการเก็บเงินรายได้ร้อยละ 20 เข้าสู่กองทุนพัฒนาของหมู่บ้าน บ้านแม่กลางหลวงหักรายได้ 10 บาทต่อหัวนักท่องเที่ยว เพื่อเก็บเงินไว้ใช้สำหรับกิจกรรมที่เป็นส่วนรวมของชุมชน หรือกลุ่มเรือนบ้านเตียมได้แบ่งรายได้บางส่วนสำหรับใช้ในบำรุงวัดและชุมชน รวมถึงจัดสรรเป็นทุนการศึกษาให้เด็กในชุมชน หรือตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ก็มีการหักเงินรายได้ร้านละ 100 บาท เพื่อบำรุงวัด (ค่าน้ำค่าไฟ) ซึ่งเป็นสถานที่จัดตลาด หรือกลุ่มรถนำเที่ยวชุมชนรณรงค์ให้มีการหักเงินเข้ากลุ่มเที่ยวรถละ 100 บาท เพื่อนำเงินไปใช้ในการพัฒนาถนน ดัดหญ้าและพัฒนาหมู่บ้าน เป็นต้น

จะพบว่า หลายชุมชนให้ความสำคัญกับการจัดเก็บเงินกองกลาง ซึ่งเป็นเงินที่หักจากรายได้ของสมาชิกมาสู่กองกลางนั้นและจัดสรรประโยชน์ไปสู่กลุ่มหรือบุคคลต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสมาชิกกลุ่มและไม่ใช่มหาชิกกลุ่ม ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเกิดผลที่ยั่งยืน เนื่องจากการกระจายผลประโยชน์ไปสู่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องหรือสาธารณะ เสมือนเป็นการชดเชยหรือช่วยบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ เช่น การท่องเที่ยวทำให้คนต่างถิ่นเข้ามาเดินไปมาหรือทำกิจกรรมในชุมชน ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความไม่สะดวกตามวิถีเดิมกับคนอื่น ๆ หรืออาจถึงขั้นส่งผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะมากขึ้น ซึ่งการจัดสรรผลประโยชน์เพื่อสาธารณะถือว่าเป็นอีกหนึ่งทางที่ได้ร่วมบรรเทาผลกระทบ และเป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 4.7 วิธีการจัดสรรผลประโยชน์

ที่	พื้นที่ศึกษา	การจัดสรรผลประโยชน์				
		ภายในกลุ่ม		เพื่อสังคม		
		กิจกรรมกลุ่ม	สวัสดิการสมาชิก	สวัสดิการชุมชน	ทุนเพื่อการศึกษา	สาธารณะประโยชน์
1	บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย	✓				
2	บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก					✓
3	ลำน้ำแซก จ.พิษณุโลก					✓
4	บ้านลับแล จ.อุตรดิตถ์	✓				
5	บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	✓		✓		✓
6	บ้านแม่งกลางหลวง จ.เชียงใหม่					✓
7	บ้านบัว จ.พะเยา	✓		✓		
8	บ้านสันติชล จ.แม่ฮ่องสอน			✓		
9	เกาะยวน้อย จ.พังงา					
10	เชียงคาน จ.เลย					
11	บ้านนาอ้อ จ.เลย	✓	✓			✓
12	ศิลาโสมสเตย์ จ.ขอนแก่น	✓	✓			
13	บ้านเชียง จ.อุดรธานี	✓			✓	✓
14	บ้านเดียม	✓	✓ สิทธิในการกู้เงินจากกลุ่มเรือ		✓	✓
15	บ้านดง (พิบูลย์ลักษณ์) จ.อุดรธานี	✓	✓ (ค่าใช้จ่ายยามฉุกเฉิน)		✓	✓
16	ประแส จ.ระยอง	✓				
17	เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา	✓				
18	บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี					
19	ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน					✓
20	บ้านท่าขันทอง จ.เขียงราย					
21	อุโมงค์ จ.ลำพูน		✓			

ที่มา: จากการสำรวจ

4.3 ผลประโยชน์สุทธิทางเศรษฐกิจที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจนี้ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงิน เพื่อพิจารณาว่าผลการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 10 ปี มีขนาดผลตอบแทนสุทธิอย่างไร จะสามารถคืนทุนให้ผู้ลงทุนได้ช้าหรือเร็ว โดยพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และระยะเวลาคืนทุน (Payback period: PB) และ 2) การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางบัญชี เป็นการคำนวณโดยมีการกระจายต้นทุนของการลงทุนในสินทรัพย์ในรูปค่าเสื่อมราคา เพื่อพิจารณาผลกำไรขาดทุนของการดำเนินงานในรอบปี

4.3.1 ความคุ้มค่าทางการเงิน

การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์กระแสเงินสดรับและต้นทุนที่จ่ายไป ในระยะเวลา 10 ปี เพื่อพิจารณาการลงทุนของครัวเรือนว่า ผลประกอบการที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ ต่างๆ จะสามารถสร้างผลตอบแทนชดเชยต้นทุนการลงทุน และให้ผลสุทธิเป็นบวกได้หรือไม่ในระยะเวลา 10 ปี

กลุ่มโฮมสเตย์ เป็นหนึ่งในห่วงโซ่บริการการท่องเที่ยวชุมชนที่ชาวบ้านใช้ทุนทรัพย์ส่วนตัว ในการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมของบ้านและจัดเตรียมบริการต่างๆ ในบ้าน ซึ่งสภาพบ้านของแต่ละคน ก็จะมีความพร้อมที่ไม่เท่ากัน ทำให้ระดับการลงทุนมีความแตกต่างกัน จากการศึกษาี้ สามารถแบ่ง โมเดลการลงทุนในโฮมสเตย์ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) ใช้บ้านเดิมไม่มีการปรับปรุงเพิ่มเติม 2) ปรับปรุง/ ต่อเติมบ้านเดิม และ 3) บ้านสร้างใหม่ ในภาพรวม พบว่า รูปแบบการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่าในช่วง 10 ปี คือ บ้านโฮมสเตย์ที่บ้านเดิมในการรับรองแขก มีระยะเวลาคืนทุนตั้งแต่ ตั้งแต่ 2 เดือน ถึงประมาณ 7 ปี ขึ้นอยู่กับการลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆ เช่น เติ่ง ที่นอน ของใช้แขก เป็นต้น แต่ต้นทุนที่ลงทุนกับบ้าน ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่รูปแบบบ้านที่เริ่มมีการลงทุนต่อเติม เช่น ทำห้องน้ำเพิ่ม กั้นห้องเพิ่ม เป็นต้น หรือบ้านสร้างใหม่ทั้งหลัง ก็จะมีต้นทุนการลงทุนที่สูงขึ้น ทำให้ในบางชุมชนที่มีครัวเรือนลงทุนต่อเติมบ้าน หรือสร้างใหม่ทั้งหลัง ยังไม่สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 10 ปี

ในขณะที่บางชุมชนที่เป็นชุมชนท่องเที่ยววิญญม เช่น ประแส (ฝั่งริมน้ำ) และเชียงคาน พบว่า ทุก รูปแบบการลงทุนสามารถสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่า และสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 10 ปี โดยเฉพาะที่ เชียงคาน ซึ่งจะพบว่า มีขนาดของมูลค่าปัจจุบันสุทธิค่อนข้างใหญ่กว่าชุมชนโฮมสเตย์ทั่วไปโดย เปรียบเทียบ คือ 4,174,752 - 14,872,867 บาท (ชุมชนโฮมสเตย์อื่นๆ ไม่รวมประแส และเชียงคาน มี ขนาดผลได้ใหญ่สุด 420,686 - 501,295 บาท) และมีระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างสั้นโดยเปรียบเทียบ โดยเฉพาะบ้านสร้างใหม่ที่หลายชุมชนโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะขาดทุน แต่ผู้ลงทุนที่เชียงคานสามารถคืนทุน ได้ในระยะเวลา 4 ปี

ตารางที่ 4.8 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) กิจการที่พักของชุมชนโฮมสเตย์

พื้นที่ศึกษา	ลักษณะการลงทุน					
	บ้านปรับปรุงน้อย/ บ้านเดิม		บ้านปรับปรุงมาก/ต่อเติมบ้าน		บ้านสร้างใหม่	
	NPV (บาท)	PB	NPV (บาท)	PB	NPV (บาท)	PB
ชุมชนโฮมสเตย์	4,601 - 420,686	ตั้งแต่ 2 เดือน ถึง 6 ปี 8 เดือน	(448,223) - 577,498	ตั้งแต่ 10 เดือน ถึงมากกว่า 10 ปี	(724,728) - 501,295	ตั้งแต่ 5 ปี 3 เดือน ถึง มากกว่า 20 ปี
แม่กลางหลวง (เกสต์เฮาส์)					1,363,235	9 ปี 3 เดือน
ประแส จ.ระยอง	28,386	4 ปี 7 เดือน	1,692,125	7 ปี 4 เดือน	4,680,465	5 ปี 2 เดือน
เชียงคาน จ.เลย	4,174,752	2 ปี 1 เดือน	14,872,867	1 ปี 11 เดือน	13,062,211	4 ปี 5 เดือน

หมายเหตุ: () คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

อัตราคิดลดร้อยละ 7 อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2 ระยะเวลาประเมิน 10 ปี

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ในส่วนของกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนอื่นๆ ประกอบด้วย กิจกรรมท่องเที่ยว บริการขนส่ง บริการอาหาร รวมถึงบริการอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และใช้เวลาไม่เกิน 3 ปี ก็สามารถคืนทุนได้แล้ว โดยเฉพาะบริการอาหาร ที่มีขนาดผลตอบแทนที่ค่อนข้างใหญ่ (NPV = 369,475 - 10,564,605 บาท) ซึ่งใหญ่กว่าขนาดผลตอบแทนที่ได้จากโฮมสเตย์ของชุมชนทั่วไป และมีระยะเวลาคืนทุนเร็ว ในขณะที่บางกิจกรรมก็สามารถคืนทุนได้ทันที เช่น รถอีต๊อก ฐานการเรียนรู้ และไกด์ ซึ่งเป็นกลุ่มกิจกรรมที่มีต้นทุนส่วนเพิ่มต่ำมาก เนื่องจากใช้ทุนเดิมที่มีอยู่แล้วมาใช้ต่อยอดในกิจกรรม สามารถแสดงขนาดผลได้และระยะเวลาคืนทุนของแต่ละกิจกรรมดังตารางที่ 4.9 ถึง ตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.9 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ของกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว

บริการ	ชุมชน	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	ระยะเวลาคืนทุน
ล่องเรือสำเภา	อ.วังทอง จ.พิษณุโลก	140,497	2 ปี
ล่องเรือชมทะเลบัวบัวแดง	บ้านเดียม จ.อุดรธานี	192,108 – 269,407	1 ปี 2 เดือน - 1 ปี 6 เดือน
ล่องเรือพายเที่ยวทุ่งโปรงทอง	ประแส จ.ระยอง	952,501	1 เดือน
ล่องเรือพายเที่ยวผืนเกาะ	ประแส จ.ระยอง	(273,161)	ยังไม่คืนทุนภายใน 10 ปี
เรือนำเที่ยว	เกาะยาวน้อย จ.พังงา	1,732,749	1 ปี 10 เดือน

หมายเหตุ: () คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

อัตราคิดลดร้อยละ 7 อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2 ระยะเวลาประเมิน 10 ปี

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางที่ 4.10 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ของกิจกรรมขนส่ง

บริการ	ชุมชน	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	ระยะเวลาคืนทุน
รถสามล้อ	ประแส จ.ระยอง	866,165	2 เดือน
รถราง	เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา	(143,001)	ยังไม่คืนทุนภายใน 10 ปี
รถอีต๊อก	นาต้นจั่น จ.สุโขทัย	261,940	1 ปี 8 เดือน
ลานจอดรถ	ประแส จ.ระยอง	4,537,164	1 ปี 6 เดือน
รถอีต๊อก	ท่าช้างทอง จ.เชียงราย	577,697	คืนทุนทันที
รถยนต์รับส่งนำเที่ยว	เกาะยาวน้อย จ.พังงา	306,175	5 ปี 2 เดือน
รถรับส่งท่องเที่ยว	แม่กำปอง จ.เชียงราย	2,408	2 ปี 11 เดือน

หมายเหตุ: () คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

อัตราคิดลดร้อยละ 7 อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2 ระยะเวลาประเมิน 10 ปี

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางที่ 4.11 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ของบริการอาหาร

พื้นที่ศึกษา	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	ระยะเวลาคืนทุน
แม่กำปอง จ. เชียงใหม่	10,564,605	7 เดือน
นาต้นจั่น จ.สุโขทัย	1,891,588	2 เดือน
ประแส จ.ระยอง	1,234,351	7 เดือน
ท่าช้างทอง จ.เชียงราย	369,475	1 ปี 7 เดือน

หมายเหตุ: () คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

อัตราคิดลดร้อยละ 7 อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2 ระยะเวลาประเมิน 10 ปี

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางที่ 4.12 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ของบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ

บริการ	พื้นที่ศึกษา	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	ระยะเวลาคืนทุน
การแสดง	ทำขันทอง จ.เชียงราย	146,191	1 ปี 3 เดือน
ฐานการเรียนรู้	ทำขันทอง จ.เชียงราย	45,298 - 497,910	คืนทุนทันที ถึง 2 ปี 10 เดือน
นวดไทย	เกาะยาวน้อย จ.พังงา	3,799,031	11 เดือน

หมายเหตุ: () คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

อัตราคิดลดร้อยละ 7 อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2 ระยะเวลาประเมิน 10 ปี

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางที่ 4.13 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์	พื้นที่ศึกษา	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	ระยะเวลาคืนทุน
มะพร้าวแก้ว	เชียงคาน จ.เลย	4,045,183 - 22,122,704	11 เดือน ถึง 1 ปี 10 เดือน
ผ้าหมักโคลน	นาต้นจั่น จ.สุโขทัย	27,200,959	1 เดือน
ผ้าย้อมคราม	บ้านดง (พิบูลย์ลักษณ์) จ.อุตรธานี	122,227 - 536,232	7 เดือน ถึง 1 ปี 5 เดือน
ผ้าบาติก	เกาะยาวน้อย จ.พังงา	691,707	2 ปี 2 เดือน

หมายเหตุ: () คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

อัตราคิดลดร้อยละ 7 อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2 ระยะเวลาประเมิน 10 ปี

ที่มา: จากการวิเคราะห์

4.3.2 ความคุ้มค่าทางบัญชี

ความคุ้มค่าทางบัญชี เป็นการคำนวณโดยมีการกระจายต้นทุนของการลงทุนในสินทรัพย์ในรูปค่าเสื่อมราคา เพื่อพิจารณาผลกำไรขาดทุนของการดำเนินงานในรอบปี

แต่ละชุมชนมีการจัดเตรียมกิจกรรมและบริการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะโฮมสเตย์ นอกจากนี้ยังมีบริการอื่นๆ เช่น อาหาร ไกด์ การขนส่ง ของที่ระลึก ฐานการเรียนรู้ เรือ เป็นต้น ซึ่งความครบครันตามห่วงโซ่อุปทานขึ้นอยู่กับบริบทชุมชน บริการต่างๆ เหล่านี้ เกิดจากการลงทุนของคนในชุมชน การวิเคราะห์นี้ จะแสดงให้เห็นผลตอบแทนสุทธิ หรือผลกำไรที่ได้จากการลงทุน โดยเป็นการเปรียบเทียบสัดส่วนของกำไรต่อรายได้รวม ว่าทุกๆ รายได้ 100 บาท เมื่อหักต้นทุนออกแล้ว จะเหลือเป็นกำไรกี่บาท

ข้อพึงตระหนักในการพิจารณาค่าในตารางที่ 4.14 คือ แต่ละชุมชนมีบริบทของชุมชนที่แตกต่างกัน ลักษณะตลาดที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลกระทบต่อดัชนีรายได้ และกำไรสุทธิที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะมีลักษณะการลงทุนและระดับการลงทุนจะมีขนาดที่ใกล้เคียงกัน โดยมีข้อสังเกตจากการศึกษา พบว่ารูปแบบการลงทุนที่ใช้บ้านเดิมหรือปรับปรุงเพียงเล็กน้อย เป็นโมเดลการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่าในทุกชุมชน มีผลตอบแทนสุทธิอยู่ระหว่าง 5.05 – 50.81 บาทต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท

อย่างไรก็ตาม เมื่อเริ่มมีระดับการลงทุนที่สูงขึ้นทั้งการปรับปรุงต่อเติมบ้านหรือลงทุนสร้างบ้านใหม่ทั้งหมด จะพบว่า มีบางชุมชนที่ผลตอบแทนสุทธิเป็นลบ ซึ่งเป็นชุมชนท่องเที่ยวเกิดใหม่ เช่น บ้านศิลา จ.ขอนแก่น หรือเป็นชุมชนศึกษาดูงานเท่านั้น เช่น ต.อุโมงค์ จ.ลำพูน ที่มีจำนวนผู้เข้าพักยังไม่สูงมาก หรือมีระดับราคาไม่สูงมากพอที่จะสร้างรายได้ให้สามารถชดเชยต้นทุนการลงทุนที่สูง

แม้ว่าการลงทุนในที่พักจะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า แต่ก็พบว่ายังมีความแตกต่างของผลกำไรทั้งในชุมชนเดียวกันและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพร้อมพื้นฐานของแต่ละบ้านที่ทำโฮมสเตย์ซึ่งไม่เหมือนกัน ทำให้ขนาดการลงทุนแตกต่างกัน นอกจากนี้ เกี่ยวข้องปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อโอกาสในการสร้างรายได้ โดยชุมชนที่เป็นชุมชนท่องเที่ยวและมีชื่อเสียงอาจตั้งราคาได้สูง หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามามาก ทำให้สามารถสร้างรายได้ที่ชดเชยต้นทุนการลงทุนได้ และได้กำไรสุทธิเป็นบวก แม้ว่าจะมีการลงทุนสูงมากโดยการสร้างบ้านใหม่ทั้งหลัง เช่น เชียงคาน จ.เลย บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย บ้านแม่กลางหลวง จ.เชียงใหม่

ตารางที่ 4.14 กำไรสุทธิต่อรายได้ทุก ๆ 100 บาท ของบริการที่พัก

หน่วย: บาท

พื้นที่	โฮมสเตย์			เกสต์เฮาส์
	บ้านปรับปรุงน้อย/ ใช้บ้านเดิม	บ้านปรับปรุงมาก/ ต่อเติมบ้าน	บ้านสร้างใหม่	
1. บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย	50.81	36.94	34.03	
2. บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก				41.5 - 60.38
3. บ้านลับแล จ.อุตรดิตถ์	14.42	(-70.15)		
4. บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	5.05			44.33
5. บ้านแม่กลางหลวง จ. เชียงใหม่			20.81	18.13 (ของวิสาหกิจชุมชน)
6. บ้านบัว จ.พะเยา	45.23	21.87		
7. เกาะยาวน้อย จ.พังงา			4.53	15.31
8. เชียงคาน จ.เลย	29.00 – 39.00	38.00 – 61.00	51.00 – 57.00	
9. บ้านนาอ้อ จ.เลย	13.00	5.00	(-169.00)	
10. คีลาโฮมสเตย์ จ.ขอนแก่น	18.00	(-11.00)	(-237.00)	
11. บ้านเชียง จ.อุดรธานี		37.00	25.00 - 44.00	
12. บ้านเดียม จ.อุดรธานี		36.00 - 47.00		
13. ประแส จ.ระยอง	32.09	59.72	36.20	
14. เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา	45.50	73.22	50.99	
15. บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี		37.30	46.40	
16. บ้านท่าขนทอง จ.เขียงราย	31.72	26.52	(-21.94)	
17. อุโมงค์ จ.ลำพูน	11.76 - 17.31	(-7.92) - (-51.33)		

ที่มา: จากการวิเคราะห์

สำหรับกลุ่มกิจกรรมและบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า สามารถสร้างกำไรสุทธิได้ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะบริการไกด์ท้องถิ่น ที่มีอัตรากำไรสูงถึง 90.00-99.83 บาทต่อรายได้ทุก ๆ 100 บาท เนื่องจากมีต้นทุนเพียงค่าเสียโอกาสแรงงานของตัวเองเท่านั้น ส่วนบริการที่ค่อนข้างให้ผลตอบแทนค่อนข้างสูงเช่นกัน ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มบริการที่มีอยู่แล้วในชุมชนเป็นทุนเดิม เพียงแต่มีการลงทุนเพิ่มเติมเพียงเล็กน้อย เช่น ฐานการดูงานเกษตรมีการปรับปรุงพื้นที่ให้มีความสวยงามเพื่อให้นักท่องเที่ยว

มาเยี่ยมชม หรือการแสดงอาจจะมีการลงทุนตัดชุดใหม่ ก็พบว่า มีอัตรากำไรที่ค่อนข้างสูง และยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ที่ชุมชนบ้านท่าขันทอง มีสวนเสาวรสซึ่งชาวบ้านทำเป็นอาชีพหลักอยู่แล้ว แต่เมื่อพื้นที่สวนถูกผนวกเป็นพื้นที่หนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยว ก็จะได้รับผลตอบแทนจากการเปิดพื้นที่ครั้งละ 300 บาท และยังสามารถขายผลเสาวรสดจากเดิมขายให้โครงการหลวงทั้งหมด กิโลละ 9 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่สวนสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้นเป็น 20 บาทต่อกิโลกรัม และยังมีการต่อยอดทำน้ำเสาวรสดขายให้นักท่องเที่ยวอีกด้วย

สำหรับบริการอื่นๆ ได้แก่ อาหาร นวด ล่องแก่ง บริการที่จอดรถ ก็มีการลงทุนที่แตกต่างกันไปตามกิจกรรม แต่ก็พบว่ายังมีความคุ้มค่าในการลงทุน

ตารางที่ 4.15 กำไรสุทธิต่อรายได้ทุก ๆ 100 บาท ของกิจกรรมและบริการสนับสนุนการท่องเที่ยว

หน่วย: บาท

พื้นที่	อาหาร	ไกด์	นวด	การแสดง	ฐานเรียนรู้/ ศูนย์เรียนรู้	ล่องแก่ง	ลานจอดรถ
บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย	26.29						
ลำน้ำเข็ก จ.พิษณุโลก						23.33-42.00	
บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	43.22	99.83	61.39				
บ้านแม่กลางหลวง จ. เชียงใหม่	51.88	90.00					
บ้านบัว จ.พะเยา	29.24				9.26		
เกาะยวน้อย จ.พังงา			44.06		62.41 (ฟาร์มกิ้ง)		
บ้านนาอ้อ จ.เลย	62.00			25.00	49.00		
ศิลาโอมสเตย์ จ.ขอนแก่น					64.00		
ประแส จ.ระยอง	25.14						72.80
บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี					49.00		
บ้านท่าขันทอง จ.เขียงราย	24.01			75.00	53.48-96.11		

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ส่วนบริการขนส่ง ถือว่าเป็นอีกหนึ่งบริการในห่วงโซ่การท่องเที่ยวที่มีหลายรูปแบบบริการทั้งขนส่งทางบกและทางน้ำ มีทั้งบริการที่นักท่องเที่ยวเลือกจะใช้บริการหรือไม่ก็ได้ เช่น นั่งรถอีต๊อก รถยนต์เป็นต้น และบริการขนส่งที่เป็นองค์ประกอบในกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องใช้บริการเพื่อทำกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น นั่งเรือไปชมบัวแดง นั่งรถจักรยานยนต์ 3 ล้อเข้าไปชมทุ่งโปรงทอง เป็นต้น ผลการวิเคราะห์พบว่า บริการขนส่งก็เป็นอีกกิจกรรมที่สามารถสร้างผลกำไรที่สูง โดยเฉพาะรถขนส่งการท่องเที่ยวภายในชุมชนประเภทรถอีต๊อก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรถที่ชาวบ้านมีอยู่แล้วและใช้ในการเกษตร โดยนำมาประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยว ทำให้ต้นทุนส่วนเพิ่มของบริการรถกลุ่มนี้ค่อนข้างต่ำ ตรงกันข้ามกับกลุ่มบริการขนส่งที่ใช้รถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ ซึ่งมีการลงทุนซื้อรถใหม่ ทำให้มีต้นทุนส่วนเพิ่มที่สูงกว่า อัตรากำไรจึงต่ำกว่า

นอกจากนี้ กลุ่มขนส่งที่เป็นองค์ประกอบในการท่องเที่ยว เช่น เรือที่ทะเลบัวแดง รถสามล้อเข้าทุ่งโปรงทอง มีแนวโน้มจะได้ได้รับรายได้สูง เพราะนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้บริการ

ตารางที่ 4.16 กำไรสุทธิต่อรายได้ทุก ๆ 100 บาท ของบริการขนส่ง/ การเดินทางท่องเที่ยว

หน่วย: บาท

พื้นที่	รถอีต๊อกอีแต่น	รถยนต์	รถจักรยานยนต์ 3 ล้อ	รถราง	เรือ
บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย	16.91 - 61.31				
บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก		20.00 - 52.00			
บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่		5.61			
เกาะยวน้อย จ.พังงา		25.48			40.25
บ้านเดียม จ.อุดรธานี					31.00
ประแส จ.ระยอง			74.48		7.14 - 75.33
เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา				-60.45	
บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี	40.00				
บ้านท่าขันทอง จ.เขียงราย	66.67				

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางที่ 4.17 กำไรสุทธิต่อรายได้ทุก ๆ 100 บาท ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและของที่ระลึก

หน่วย: บาท

ผลิตภัณฑ์	พื้นที่	กำไรสุทธิ
1. ผ้าทอหมักโคลน	บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย	22.00
2. หมอนใบชา	บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	15.79
3. สบู่ข้าว	บ้านบัว จ.พะเยา	16.66
4. ผ้าบาติก	เกาะยวน้อย จ.พังงา	58.73
5. มะพร้าวแก้ว	เขียงคาน จ.เลย	19.00-26.00
6. ผ้าย้อมคราม	บ้านดง จ.อุดรธานี	28.00

ที่มา: จากการวิเคราะห์

4.4 พฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4.4.1 กลุ่มชุมชนโฮมสเตย์

1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชุมชน

เมื่อพิจารณาตามจุดประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนโฮมสเตย์ จะสามารถแบ่งชุมชนท่องเที่ยวได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ชุมชนท่องเที่ยวที่ลูกค้าส่วนใหญ่มาเที่ยวพักผ่อน และ 2) ชุมชนท่องเที่ยวที่ลูกค้าส่วนใหญ่มาศึกษาดูงาน โดยรายชื่อชุมชนแยกตามกลุ่มแสดงดังตารางที่ 4.17 มีข้อสังเกตว่า ในชุมชนที่ลูกค้าส่วนใหญ่มาเที่ยวแบบพักผ่อน มีลักษณะการเดินทางที่มีผู้ร่วมเดินทางมาด้วยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน และส่วนใหญ่ มีช่องทางการรับข้อมูลชุมชนผ่านทางเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ Facebook ที่หลายพื้นที่ใช้เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารกับลูกค้า และส่วนใหญ่จะใช้จ่ายพาหนะที่ใช้เดินทางมาชุมชนเป็นรถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่ชุมชนที่ลูกค้าส่วนใหญ่มาศึกษาดูงาน พบว่า ผู้ร่วมเดินทางก็คือคณะที่เดินทางมาด้วยกัน และส่วนใหญ่

ได้รับข้อมูลชุมชนมาจากการแนะนำของหน่วยงาน เช่น หน่วยงานภาครัฐ หรือ อปท. ที่จัดให้มีการศึกษาดูงาน หรือมหาวิทยาลัย รวมถึงอาจมีการบอกต่อหรือแนะนำโดยเพื่อนหรือญาติ และส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะด้วยรถตู้หรือรถทัวร์

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางมาเยือนชุมชนกรณีศึกษาเป็นครั้งแรก ยกเว้น เชียงคาน และบ้านนาอ้อ ที่ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเยือนชุมชนแห่งนี้มากกว่า 1 ครั้ง โดยส่วนใหญ่จะพักค้างคืนที่ชุมชนเป็นเวลา 1 คืน ยกเว้น เกาะยาวน้อย ที่มีระยะเวลาพัก 2 คืน ซึ่งอาจจะเป็นการเที่ยวตามโปรแกรมท่องเที่ยว ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกที่จะพักโฮมสเตย์ของชุมชน ซึ่งมีทั้งที่พักแบบภายใต้ชายคาเดียวกันกับเจ้าของบ้าน และแยกบ้านกับเจ้าของบ้าน ส่วนชุมชนลับแล และชุมชนคลองหัวช้าง ลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มมาทำกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว คือ เข้าไปเย็นกลับ โดยเฉพาะที่ลับแลที่ลูกค้าส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวที่อำเภอลับแล และแวะซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีหลากหลาย เช่น ข้าวแคบ ทูเรียนกวน กล้วยกวน เป็นต้น แต่ไม่ได้พักค้างคืนในชุมชน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาตั้งใจมาเที่ยวชุมชนและเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทาง โดยมีค่าใช้จ่ายภายในชุมชนโดยเฉลี่ยตั้งแต่ 471 – 2,359 บาทต่อคน

ตารางที่ 4.18 ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในชุมชนโฮมสเตย์

จุดประสงค์การเดินทาง	พื้นที่ศึกษา	ผู้ร่วมเดินทาง	การรับรู้ข้อมูลของชุมชน
ท่องเที่ยวพักผ่อน	บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย	มากับกลุ่มเพื่อน	โซเชียลมีเดีย
	บ้านลับแล จ.อุตรดิตถ์	มากับครอบครัว	โซเชียลมีเดีย
	บ้านแม่กลางหลวง จ.เชียงใหม่	มากับกลุ่มเพื่อน/ คณะดูงาน	เว็บไซต์/ เพื่อน/ญาติ
	เชียงคาน จ.เลย	มากับครอบครัว/ กลุ่มเพื่อน	เว็บไซต์/ โซเชียล
	ประแส จ.ระยอง	มากับครอบครัว	โซเชียลมีเดีย
	เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา	มากับกลุ่มเพื่อน	เพื่อน/ ญาติ
ศึกษาดูงาน	บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	มากับคณะดูงาน	โซเชียลมีเดีย
	บ้านบัว จ.พะเยา	มากับคณะดูงาน	อื่นๆ เช่น มหาวิทยาลัย อปท.
	เกาะยาวน้อย จ.พังงา	มากับคณะดูงาน	เพื่อน/ญาติ
	บ้านนาอ้อ จ.เลย	มากับคณะดูงาน	เพื่อน/ญาติ
	ศิลาโฮมสเตย์ จ.ขอนแก่น	มากับคณะดูงาน	ผู้นำชุมชน/ หน่วยงานรัฐ
	บ้านเชียง จ.อุดรธานี	มากับคณะดูงาน	เพื่อน/ญาติ
	บ้านเตียม จ.อุดรธานี	มากับคณะดูงาน	เพื่อน/ญาติ
	บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี	มากับคณะดูงาน	โซเชียลมีเดีย
	บ้านท่าหินทอง จ.เชียงราย	มากับคณะดูงาน	โซเชียลมีเดีย / หน่วยงาน
	อุโมงค์ จ.ลำพูน	มากับคณะดูงาน	หน่วยงานรัฐ

ที่มา: จากการสำรวจ

2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษา เป็นการประเมินผลในมุมมองของผู้ใช้บริการ โดยเป็นการประเมินองค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยวทั้งหมด 11 ด้าน เช่น ที่พัก (โฮมสเตย์) อาหาร โดยเปรียบเทียบระหว่างจำนวนผู้บริการที่เห็นว่องค์ประกอบต่างๆ สำคัญ กับจำนวนผู้บริการที่ได้รับความพึงพอใจจากการได้รับบริการจริงด้านต่างๆ ผลการศึกษาในภาพรวม พบว่า ชุมชนบ้านนาต้นจั่น ซึ่งเป็นเพียงชุมชนเดียวที่มีจำนวนผู้บริการที่พึงพอใจในองค์ประกอบทุกด้านไม่ต่ำกว่าจำนวนผู้ที่มีความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนบ้านนาต้นจั่นสามารถจัดเตรียมชุมชนและบริการต่างๆ ได้ไม่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เกาะยาวน้อย เชียงคาน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม และศิลาโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกิดใหม่ พบว่า มีจำนวนผู้ที่มีความสำคัญหรือมีความคาดหวังกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ จำนวนมาก แต่ผลการดำเนินงานยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริการได้มากกว่าจำนวนผู้ที่คาดหวัง (ให้ความสำคัญ)

อย่างไรก็ตาม แต่ละชุมชนก็สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการได้เหนือความคาดหวัง (รายละเอียดดังตารางที่ 4.15) เช่น

- ด้านอาหาร ได้แก่ นาต้นจั่น ลับแล แม่กำปอง นาอ้อ และประแส
- สภาพแวดล้อมในชุมชน ได้แก่ นาต้นจั่น ลับแล นาอ้อ เกาะเกิด และคลองหัวช้าง
- ความหลากหลายของกิจกรรม ได้แก่ นาต้นจั่น ลับแล แม่กำปอง ประแส และท่าขัน

ทอง

- วิธีและอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ ประแส และคลองหัวช้าง

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ชุมชนส่วนใหญ่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ไม่ต่ำกว่าความคาดหวังในสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญ คือ ด้านสภาพแวดล้อม (10 ชุมชน) และบรรยากาศการท่องเที่ยวของชุมชน (9 ชุมชน) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือว่าเป็นสภาพแวดล้อมและบรรยากาศการท่องเที่ยวของชุมชนนับว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อมาถึงและใช้ชีวิตอยู่ในชุมชน แต่ก็พบว่าชุมชนส่วนใหญ่สามารถจัดการและเตรียมชุมชนได้ค่อนข้างดี รองลงมา คือ ด้านบริการสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก และอาหาร ในขณะที่ด้านวิถีชีวิต/ อัตลักษณ์ชุมชนและด้านช่องทางการติดต่อ/เข้าถึงข้อมูลบริการ พบว่า ยังมีเพียงชุมชนส่วนน้อย (5 ชุมชน) เท่านั้นที่สามารถดำเนินงานด้านนี้ได้เกินความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.19 ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการท่องเที่ยวชุมชน

หน่วย: ร้อยละ

ที่	รายการ	บ้าน หาดต้นจันทน์	บ้านลับแล	บ้านร่องกล้า	บ้าน แม่กำปอง	บ้านแม่ กลางหลวง	บ้านบัว	เกาะยาว น้อย	เขียงคาน	บ้านนาอ้อ
1	ที่พัก (โฮมสเตย์) ของชุมชน	100 *	75 **	92	90 *	84	91 **	86	77	50
2	อาหารของโฮมสเตย์ และร้านอาหารของชุมชน	100 **	75 **	88	87 **	80	81	96	65	86 **
3	ความปลอดภัยในยามค่ำคืน	100 *	58 **	92	92 **	84	92	93	75	46
4	สภาพแวดล้อมภายในชุมชน	100 **	56 **	98	86	88	94 *	84	82	91 **
5	บรรยากาศ ความรื่นรมย์ และความสงบของชุมชน	100 *	67 **	94	95 **	92	89	91	81	91 *
6	ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน	98 *	65 **	84	80	78	87	86	63	77
7	ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน	98 **	74 **	80	73 **	74	78	82	64	68
8	วิถีชีวิต/ อัตลักษณ์ของชุมชน	100 *	71	86	85	90	89	87	77	86
9	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในชุมชน	94 *	70 **	84	77 **	83	84	78	62	86 **
10	ผลิตภัณฑ์ชุมชนและของที่ระลึก	96 **	76 **	74	80 **	71 **	84	69	75	91 **
11	ช่องทางการติดต่อและการเข้าถึงข้อมูลบริการของชุมชน	100 **	63 **	92	76	78	89	77	74	77

หมายเหตุ: ค่าร้อยละ คือ ผลรวมร้อยละของความถี่ความพึงพอใจระดับมาก และระดับมากที่สุด

* และ ** คือ ค่าร้อยละของความถี่ระดับความพึงพอใจ (ผลรวมระดับมาก และมากที่สุด) เท่ากับ และ สูงกว่า ค่าร้อยละของความถี่ระดับการให้ความสำคัญ (ผลรวมระดับมาก และมากที่สุด) ตามลำดับ
ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.9 ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการท่องเที่ยวชุมชน (ต่อ)

หน่วย: ร้อยละ

ที่	รายการ	ศิลา โฮมสเตย์	บ้านเชียง	บ้านเดียม	ประแส	เกาะเกิด	บ้าน คลองหัวช้าง	บ้าน ท่าขันทอง	อุโมงค์
1	ที่พัก (โฮมสเตย์) ของชุมชน	86	78 **	90 **	82 **	74	20	97 *	81
2	อาหารของโฮมสเตย์ และ ร้านอาหารของชุมชน	86	82 **	74 **	84 **	86	100 *	92	79
3	ความปลอดภัยในยามค่ำคืน	86	79 **	78 **	80	78	20	100 **	91 *
4	สภาพแวดล้อมภายในชุมชน	68	68 *	70 **	86 *	96 **	100 **	100	84
5	บรรยากาศ ความรื่นรมย์ และ ความสงบของชุมชน	80	83 **	82 **	98 **	94 **	98	100 **	73
6	ความน่าสนใจของกิจกรรม ท่องเที่ยวของชุมชน	72	87 **	70 **	88 **	86	100 *	100 **	77
7	ความหลากหลายของกิจกรรม ท่องเที่ยวของชุมชน	74	70	52	84 **	82	100 *	92 **	74
8	วิถีชีวิต/ อัตลักษณ์ของชุมชน	78	81 **	66 **	94 **	96	100 **	92	65
9	สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ชุมชน (ห้องน้ำสาธารณะ)	78	91 **	70 **	72	80	98 *	86	56
10	ผลิตภัณฑ์ชุมชนและของที่ระลึก	72	90 **	40	52	76	100 **	81	74
11	ช่องทางการติดต่อและการเข้าถึง ข้อมูลบริการของชุมชน	74	87	76 **	72	76	100 **	94 **	72

หมายเหตุ: ค่าร้อยละ คือ ผลรวมร้อยละของความถี่ความพึงพอใจระดับมาก และระดับมากที่สุด

* และ ** คือ ค่าร้อยละของความถี่ระดับความพึงพอใจ (ผลรวมระดับมาก และมากที่สุด) เท่ากับ และ สูงกว่า ค่าร้อยละของความถี่ระดับการให้ความสำคัญ (ผลรวมระดับมาก และมากที่สุด) ตามลำดับ
ที่มา: จากการสำรวจ

สำหรับความพึงพอใจในภาพรวม จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งของทุกพื้นที่ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวชุมชน โดยเฉพาะในชุมชนเกาะเกิด ชุมชนคลองหัวช้าง และชุมชนบ้านท่าขันทอง ที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า ชุมชนทั้ง 3 แห่ง เป็นการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ หรือเป็นแหล่งศึกษาดูงาน และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ก็เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน ที่อาจจะไม่ได้คาดหวังในบริการ การท่องเที่ยวสูงมาก และชุมชนสามารถจัดเตรียมบริการได้ในระดับที่ลูกค้าพึงพอใจ ในขณะที่ชุมชนอื่นๆ ที่เป็นชุมชนท่องเที่ยวหลัก เช่น นาดันจัน ประแส ก็ได้รับความพึงพอใจในระดับที่สูงเช่นกัน

ในแง่ของความคุ้มค่า ซึ่งพิจารณาความคุ้มค่าใน 3 ด้าน คือ ด้านเวลา ด้านเงินที่เสียไป และด้าน ประสิทธิภาพที่ได้รับ จะพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ของทุกพื้นที่ก็เห็นว่ามีค่าคุ้มค่าในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะที่ชุมชนบ้านนาดันจัน ที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนเห็นว่าการมาเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ คุ้มค่าทั้งเวลา เงินที่ เสียไป และประสิทธิภาพการท่องเที่ยวที่ได้รับ และพร้อมจะบอกต่อไปยังผู้อื่นให้มาเที่ยว

ตารางที่ 4.20 ความพึงพอใจ ความคุ้มค่า และความประทับใจต่อชุมชน

หน่วย: ร้อยละ

พื้นที่ศึกษา	ความคุ้มค่า			ความประทับใจต่อชุมชน		ความพึงพอใจรวม
	เวลา	เงิน	ประสิทธิภาพ	กลับมาอีก	บอกต่อ	
บ้านนาดันจัน จ.สุโขทัย	100	100	100	89	100	82
บ้านลับแล จ.อุตรดิตถ์	65	71	71	83	90	74
บ้านร่องกล้า จ.พิษณุโลก	90	88	96	76	88	96
บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	90	89	92	78	99	90
บ้านแม่กลางหลวง จ.เชียงใหม่	83	86	86	96	96	58
บ้านบัว จ.พะเยา	84	79	87	92	100	95
เกาะยาวน้อย จ.พังงา	90	84	84	92	100	89
เชียงคาน จ.เลย	75	71	74	72	96	80
บ้านนาอ้อ จ.เลย	73	68	68	68	91	86
ศิลาโสมสเตย์ จ.ขอนแก่น	74	72	80	72	92	82
บ้านเชียง จ.อุดรธานี	66	60	68	58	98	87
บ้านเดียม จ.อุดรธานี	78	76	72	68	84	88
ประแส จ.ระยอง	82	82	88	88	98	92
เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา	98	100	98	72	96	100
บ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี	80	100	100	48	100	100
บ้านท่าขันทอง จ.เขียงราย	97	97	97	86	94	100
อุโมงค์ จ.ลำพูน	70	67	69	84	98	81

หมายเหตุ: ค่าร้อยละ คือ ผลรวมร้อยละของความพึงพอใจระดับมาก และระดับมากที่สุด

เจตคติตัวหนา คือ ค่าคะแนนสูงสุด และ เจตคติตัวบาง คือ คะแนนต่ำสุด

ที่มา: จากการวิเคราะห์

4.4.2 กลุ่มท่องเที่ยววันเดียว

สำหรับความพึงพอใจของกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว พบว่า ในภาพรวมกิจกรรมทั้งหมดต่าง ๆ สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ดี แต่เมื่อพิจารณารายกิจกรรมของแต่ละพื้นที่ที่มีความโดดเด่นตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1) กิจกรรมล่องเรือชมทะเลบัวแดง จ.อุดรธานี พิจารณาเฉพาะท่าเรือบ้านเดียม พบว่า ปัจจัย 3 ลำดับแรก ที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้สูงสุด คือ 1) ความสวยงามของบัวแดง 2) ระยะเวลาในการรอขึ้นเรือ และ 3) ความปลอดภัยของการเดินเรือ ตามลำดับ จะพบว่า ความสวยงามของทะเลบัวแดง สามารถสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ซึ่งเป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาทำกิจกรรมล่องเรือนี้ รวมถึงการจัดการการให้บริการการล่องเรือก็ยังสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน สะท้อนว่ามีจำนวนเรือให้บริการมากเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว ทำให้ใช้เวลารอขึ้นเรือไม่นานเกินไป และยังมีการรักษาความปลอดภัยในการล่องเรือเป็นที่น่าพอใจด้วย ส่วน 3 ด้านที่สร้างความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ 1) การให้บริการของคนขับเรือ 2) การจัดการพื้นที่บริเวณขายอาหารและของที่ระลึก 3) การให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของพื้นที่ ตามลำดับ โดยการให้บริการของคนขับเรืออาจจะเกี่ยวเนื่องกับการให้ความรู้ ซึ่งคนขับเรืออาจจะยังไม่มีความรอบรู้มากนัก นอกจากขับเรือ เช่น ยังไม่มีการให้ข้อมูลใดๆ เพิ่มเติมกับนักท่องเที่ยว ในขณะที่การจัดการพื้นที่ขายอาหารและของที่ระลึกที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อาจจะจัดการได้ยังไม่ดีพอ

2) กิจกรรมล่องแก่งลำน้ำเข็ก จ.พิษณุโลก สิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้สูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) การให้บริการของฝีพายและความชำนาญ 2) มาตรการรักษาความปลอดภัย (ประกันชีวิต อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย: เสื้อชูชีพ หมวกกันน็อก) และ 3) การให้คำแนะนำและวิธีการปฏิบัติก่อนการลงล่องแก่ง ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยด้านความปลอดภัยทั้งสิ้น เนื่องจากกิจกรรมล่องแก่งเป็นกิจกรรมเชิงผจญภัยที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายหากไม่มีการเตรียมการที่ดีพอ แต่ผู้ประกอบการล่องเรือลำน้ำเข็ก ก็สามารถจัดเตรียมบริการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยเป็นที่พอใจสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งตัวบุคลากร อุปกรณ์ที่ใช้ และการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัย ในขณะที่ด้านที่สร้างความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1) บริการอาหารว่าง ผ้าเช็ดตัว และห้องอาบน้ำหลังล่องแก่ง 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (ท่าขึ้น-ลง ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ศูนย์บริการข้อมูล) และ 3) ระดับน้ำในลำน้ำและความท้าทายของแก่ง ตามลำดับ โดยจะพบว่าเมื่อ 2 ปัจจัย ที่นักท่องเที่ยวยังพอใจน้อยโดยเปรียบเทียบ คือ 1) บริการอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังทำกิจกรรม ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควบคุมได้ และยังสามารถยกระดับบริการได้ส่วนนี้ให้เป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยวได้อีก แต่ปริมาณน้ำ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักสำหรับกิจกรรมล่องแก่ง และเป็นปัจจัยตามธรรมชาติที่ไม่สามารถควบคุมไม่ได้ ปริมาณน้ำที่น้อยลงอาจมีผลทำให้กิจกรรมล่องแก่งทำได้อย่างจำกัด เนื่องจากปริมาณน้ำไม่เพียงพอสำหรับทำกิจกรรม

3) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ.สิงห์บุรี พบว่า 3 ด้านที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้สูงสุด คือ 1) บรรยากาศ ความรื่นรมย์ 2) ความมีมิตรไมตรีของคนในชุมชน และ 3) ความหลากหลายของอาหาร ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า อัตลักษณ์ของตลาดที่เป็นปัจจัยเชิงสร้างสรรค์

สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ค่อนข้างสูง ซึ่งมาจากการจำลองบรรยากาศแบบย้อนยุคที่มีลักษณะเฉพาะ รวมถึงการนำเสนอถึงความเป็นกันเองของชาวตลาด การต้อนรับขับสู้ และการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ก็สร้างความพอใจได้มากเช่นกัน นอกจากนี้ สินค้าที่ส่วนใหญ่เป็นอาหารก็มีความหลากหลาย และสามารถสร้างความพอใจให้ลูกค้าได้ดี ในขณะที่ 3 ด้านที่สร้างความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ 1) ที่จอดรถ 2) ป้ายบอกทาง และ 3) ความเพียงพอของที่นั่ง ตามลำดับ ซึ่งจะพบว่าเป็นปัจจัยด้านการรองรับทั้งสิ้น สะท้อนให้เห็นว่าความสามารถในการรองรับลูกค้าอาจจะยังไม่เพียงพอ

โดยสรุป จะพบว่า สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว สิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้สูงสุด คือ สิ่งดึงดูดใจหลักและเอกลักษณ์ของกิจกรรมนั้น เช่น ความสวยงาม บรรยากาศแวดล้อม ความรื่นรมย์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน รวมถึงระบบความปลอดภัยในบางกิจกรรม เช่น ล่องเรือ ล่องแก่ง ก็สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ค่อนข้างสูงเช่นกัน ในขณะที่การรองรับอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยสนับสนุน เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง ป้ายบอกทาง บริการอำนวยความสะดวกต่างๆ ระหว่างทำกิจกรรมในพื้นที่ พบว่า ยังสร้างความพึงพอใจได้ในระดับที่ยังไม่สูงมากเมื่อเทียบกับความพึงพอใจด้านอื่นๆ ซึ่งเป็นประเด็นที่ชุมชนอาจจะต้องพิจารณาให้ความสำคัญมากขึ้น

4.5 บทบาทของภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่น และบทบาทของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชน

แม้ว่าการเริ่มต้นการท่องเที่ยวชุมชนส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากพลังภายในชุมชน แต่ก็พบว่าการขับเคลื่อนที่ต่อเนื่องยังได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่างๆ ทั้งจากภาครัฐ เอกชน องค์กรอิสระ ที่ได้เข้ามาเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและอำนวยความสะดวก (Entity involved/ facilitator) โดยในส่วนนี้ จะเป็นการวิเคราะห์บทบาทของหน่วยงานภาครัฐส่วนกลาง รัฐท้องถิ่น องค์กรเอกชน และองค์กรมหาชนต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.5.1 บทบาทของภาครัฐบาลและส่วนกลาง

ที่ผ่านมามีหลายหน่วยงานของภาครัฐที่มีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะองค์กรหลักด้านการท่องเที่ยวของรัฐ คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) อย่างไรก็ตาม พบว่า หลายพื้นที่เริ่มต้นจากการได้รับการสนับสนุนเกี่ยวกับการพัฒนาทุนเฉพาะด้าน เช่น กรมพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งไม่ได้เข้ามาสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ แต่เป็นการส่งเสริมตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน โดยเฉพาะการส่งเสริมอาชีพให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มและมีความหลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนเกาะเกิด ซึ่งมีจุดเด่นด้านภูมิปัญญาการผลิตยาเม็ดลูกกลอนสมุนไพร โดยได้รับงบประมาณ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม สหกรณ์เกษตรบางปะอิน สำนักงานเกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ เป็นต้น ในการสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์ยาลูกกลอนสมุนไพร หรือการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและเปิดโลกทัศน์ให้คนในชุมชนท้องถิ่น ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนบ้านนาต้นจั่น ที่เริ่มต้นจากการได้รับการสนับสนุนจากกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ที่ให้งบประมาณแก่กลุ่มทอผ้าบ้านนาต้นจั่น เพื่อส่งเสริมอาชีพทอผ้า จนกลุ่มทอผ้าเริ่มมีชื่อเสียง จึงสนับสนุนให้ส่งประกวดโครงการ “หมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยว”

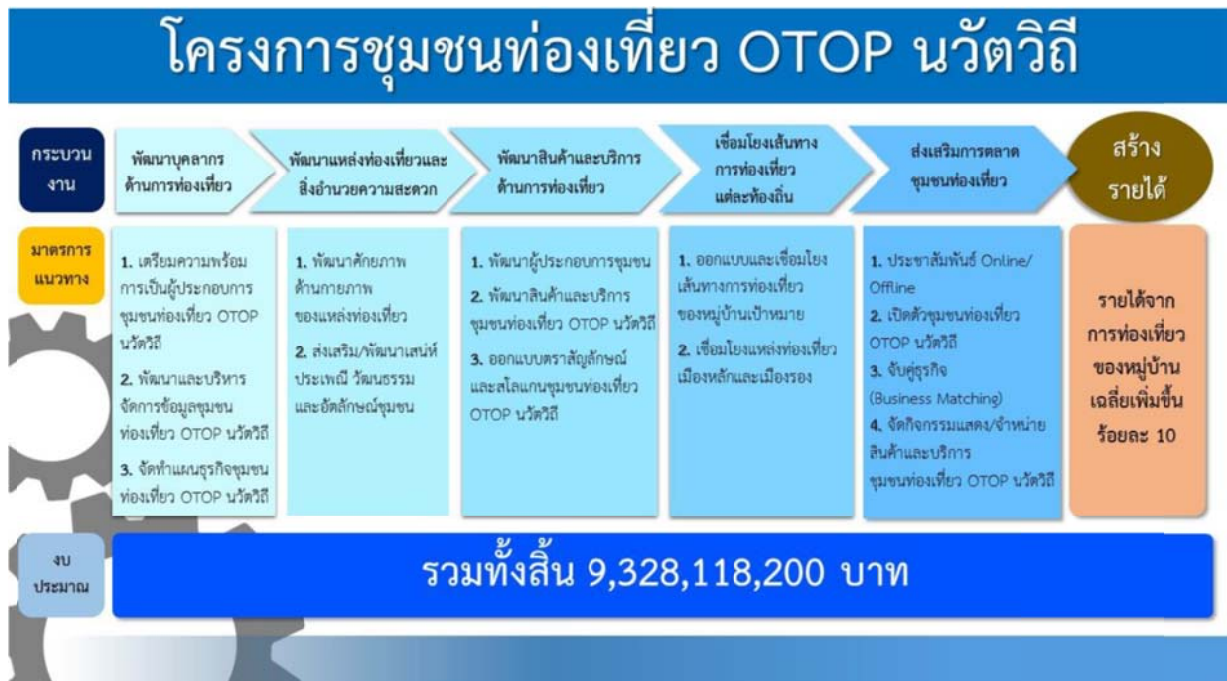
ซึ่งจัดโดยกรมอุตสาหกรรมร่วมกับธนาคารเพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan Bank for International Cooperation : JBIC) โดยชุมชนบ้านนาต้นจั่น ติด 1 ใน 5 ของโครงการ “หมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยว” และได้ส่งตัวแทนของกลุ่ม คือ ป้าเสีี่ยม แสงวงลาภ ไปศึกษางานพัฒนาผลิตภัณฑ์หมู่บ้านและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนที่ประเทศญี่ปุ่น เมื่อกลับมายังชุมชน ป้าเสีี่ยมจึงเริ่มทำโฮมสเตย์ที่บ้านตนเองเป็นโฮมสเตย์แห่งแรกในชุมชนบ้านนาต้นจั่น และขยายเครือข่ายเรื่อยมาจนปัจจุบันมีโฮมสเตย์ทั้งหมด 23 หลัง รวมถึงสมาชิกกลุ่มทอผ้าจากเริ่มแรก 52 คน เป็น 308 คน ในปัจจุบัน จะพบว่า โครงการพัฒนาต่างๆ ของภาครัฐก่อนที่จะชุมชนจะจัดการท่องเที่ยว มีส่วนอย่างยิ่งในการพัฒนาทุนในชุมชนและองค์ความรู้ของบุคคลที่สะสมมาเรื่อยๆ จนทุนเหล่านั้นเริ่มมีความโดดเด่น และได้ถูกนำมาใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การจัดการท่องเที่ยวชุมชนก็เป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกชุมชนได้มากขึ้น

ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวชุมชนเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น ก็มีการส่งเสริมจากภาครัฐทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ (การประชาสัมพันธ์และตลาด) มีรายละเอียด ดังนี้

1) ด้านนโยบาย ในส่วนของภาครัฐส่วนกลาง ได้มีการจัดทำ “แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563” เป็นฉบับแรก โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยในปัจจุบัน ยกมาตรฐาน และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริงและนำไปสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมได้ ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่เป็นแนวทางในการพัฒนาเชิงโครงสร้างของการท่องเที่ยวชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ย่อย ได้แก่ 1) การพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ 2) การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น 3) การสร้างสมดุลตลาดการท่องเที่ยว 4) การขับเคลื่อนเครือข่ายภาคประชาชน และ 5) การประเมินความสุขของชุมชนและนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2561 กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ยังได้จัดทำ “โครงการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถี” ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมช่องทางการสร้างรายได้จากการขายสินค้า OTOP ที่ดึงดูดลูกค้าเข้ามาในชุมชนที่ผนวกกับการท่องเที่ยว โดยมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง 2) เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยว (กระแสหลัก เมืองรอง ชุมชน) ให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมวิถี และ 3) เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมวิถี ให้มีขีดความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ และนำมาต่อยอดการบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเหมาะสม

ในโครงการนี้มีเป้าหมายในการเชื่อมโยงชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมวิถี จำนวน 3,273 หมู่บ้าน กับเส้นทางท่องเที่ยวหลัก เมืองรอง และแอ่งท่องเที่ยว เกิดรายได้ที่กระจายไปสู่ผู้ประกอบการ กลุ่มต่างๆ ในชุมชน และประชาชน เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มขึ้น งบประมาณ 9,328.12 ล้านบาท



ที่มา: กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2561)

รูปที่ 4.4 ผังการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี

2) ด้านตลาดและการประชาสัมพันธ์ มีการสนับสนุนทางด้านการตลาด โดยการช่วยผลักดันให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวในชุมชน ในปี พ.ศ. 2561 มีแคมเปญของ ททท. ภายใต้แนวคิด Amazing Thailand Go Local โดยได้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน ส่งนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ไปเที่ยวและกลับมารีวิว นอกจากนี้ ยังมีการจูงใจการท่องเที่ยวโดยใช้มาตรการทางภาษีในการลดหย่อนภาษีให้การท่องเที่ยวในเมืองรอง

นอกจากนี้ ยังมีแคมเปญกระตุ้นการท่องเที่ยวชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ โดย ททท. ได้จัดทีม อส. SOCIAL หรืออาสาโซเชียล เพื่อให้ชาวโซเชียลจิตอาสา เช่น กลุ่มบล็อกเกอร์ ไปประชาสัมพันธ์ชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม เริ่มต้นที่ 14 ชุมชน เพื่อสร้างสรรค์คอนเทนต์ของชุมชนบนสื่อออนไลน์และโซเชียลต่างๆ ให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นเป้าหมายของโครงการ และสร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่ไปเที่ยวชุมชน โดยให้ทีมงาน อส. SOCIAL เป็นกำลังสำคัญในการช่วยยกระดับชุมชนในการใช้งานโซเชียล เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน (www.1NightStaywithLocals.com) โดยมีชุมชนบ้านท่าช้างทอง ซึ่งเป็นกรณีศึกษาในโครงการนี้ เป็น 1 ใน 14 ชุมชนในแคมเปญนี้

นอกจากปัจจัยภายในชุมชนที่เป็นพื้นฐานแล้ว ยังมีปัจจัยภายนอกที่หนุนเสริมให้เกิดการพัฒนาและเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเฉพาะการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ รวมถึงการได้รับการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะชุมชนเชียงคาน จ.เลย ที่มีพื้นฐานชุมชนเป็นเมืองที่เงียบสงบ มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และมีสถาปัตยกรรมเรือนโบราณที่ตั้งอยู่ริมน้ำโขง ซึ่งเป็นที่รู้จักมากขึ้นเกิดจากการแนะนำและการบอกต่อของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับกรณีบ้านนาต้นจั่น ที่สื่อประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญ กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2551 กองประกวดนางสาวไทยมาทำกิจกรรมที่จังหวัดสุโขทัย และได้ให้ผู้เข้าประกวดสวมชุดจาก

ผ้าทอหมักโคลน และมาทำกิจกรรมที่ชุมชนบ้านนาต้นจั่น หรือที่ชุมชนเกาะเกิด มีการถ่ายทำรายการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อประชาสัมพันธ์ยาลูกกลอนสมุนไพรอายุวัฒนะให้แก่ชุมชน ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี (ช่อง 9) ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์ของทั้ง 2 ชุมชนเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วในวงกว้าง

นอกจากนี้ ยังมีอีกหลายหน่วยงานที่มีส่วนสนับสนุน แต่อาจเป็นการสนับสนุนเฉพาะเรื่องที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยว เช่น บ้านนาต้นจั่น มีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง คือ ผ้าหมักโคลน มีหน่วยงานมีสนับสนุนการทำผ้าหมักโคลน คือ กรมพัฒนาชุมชน ที่ได้เข้ามาส่งเสริมอาชีพทอผ้า และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสนับสนุนงบประมาณสร้างศูนย์ฯ 2 ล้านบาท หรือบ้านท่าช้างทองที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกระทรวงวัฒนธรรม ในการจัดงานเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านท่าช้างทอง เป็นต้น หรือการฝึกทักษะเฉพาะด้านของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มเรือบ้านเตียม ได้เข้ารับการอบรมการขับเรือและระเบียบการเงินเรือ กรมเจ้าท่า ส่วนกลุ่มเรือลำน้ำเข็ก ก็ได้รับสนับสนุนงบประมาณจาก ททท. ในการจัดฝึกอบรม Best Practice ให้กับนายหัวเรือ นายท้ายเรือ และชาวบ้านในพื้นที่ที่สนใจเข้ารับการฝึกอบรม

4.5.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

อีกหนึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญ คือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ประแส ที่เทศบาลปากน้ำประแสเป็นผู้ริเริ่มและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อเป็นทางเลือกในการสร้างรายได้แก่ชุมชนแทนการประมงซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของชุมชนที่ซบเซาลง โดยทางเทศบาลตำบลปากน้ำประแสทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการของบประมาณจากจังหวัดระยอง เพื่อนำมาพัฒนาอนุสรณ์เรือรบหลวงประแส และค่อยๆ พัฒนาจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังได้ส่งเสริมให้มีการทำโฮมสเตย์ในชุมชนและถนนคนเดินขึ้น เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน หรือเทศบาลตำบลศรีพนมมาศ อำเภอลับแล ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เพื่อของบในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชน และเป็นคนกลางที่ประสานงานกับชาวบ้านและหน่วยงานของภาครัฐ

นอกจากนี้ บางพื้นที่ยังมีการร่วมมือกันระหว่าง อปท. และสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมกันส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เช่น ชุมชนศิลา ที่ได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลเมือง (ทม.) ศิลาและสำนักบริการวิชาการ ม.ขอนแก่น โดยหน่วยงานทั้ง 2 แห่ง ได้ทำงานร่วมกันและมีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกันและบรรจุอยู่ในแผนปฏิบัติงานของทั้ง 2 หน่วยงาน นอกจากนี้ ทม.ศิลา ยังได้มีการจัดสรรงบประมาณในการลงทุนเริ่มแรกในการปรับปรุงศาลากลางหมู่บ้านเดิม และสร้างห้องน้ำใหม่จำนวน 6 ห้อง ให้เป็นจุดรวมพล (Meeting Point) เพื่อเป็นจุดรองรับนักท่องเที่ยว

ในพื้นที่ที่มีการกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ประจำพื้นที่ ก็มักจะได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากอปท. ในการจัดงานหรือกิจกรรม เช่น เทศบาลตำบลบ้านเชียง สนับสนุนการจัดงานฉลองมรดกโลกบ้านเชียง อบจ.อุดรธานี จัดงานท่องเที่ยวทะเลบัวแดง หรือเทศบาลตำบลอุโมงค์ จัดงานสืบสานวัฒนธรรมปิงห่าง ไส้อั่ว ลำพูน เป็นต้น ซึ่งการจัดงานเหล่านี้เป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และยังเป็นการประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของชุมชนที่จะช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนมากขึ้น

มีบางพื้นที่ที่ อปท. มีการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง แม้จะไม่ได้เป็นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวโดยตรง เนื่องจากในพื้นที่ยังไม่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจเท่าที่ควร แต่ อปท. เน้นการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นพื้นที่ต้นแบบ และส่งเข้าประกวดเพื่อขอรับรางวัล ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้นในฐานะแหล่งศึกษาดูงาน ได้แก่ เทศบาลตำบลอุโมงค์ และเทศบาลตำบลนาอ้อ ดังนั้น กลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นกลุ่มศึกษาดูงานที่เข้ามาทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในพื้นที่ และเกิดการต่อยอดกิจกรรมการให้บริการต่างๆ เช่น อาหาร การแสดง และที่พักในรูปแบบโฮมสเตย์ เป็นต้น

นอกจากนี้ แม้ว่า อปท. ส่วนใหญ่จะไม่ได้มีบทบาทโดยตรงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน แต่ผลจากหน้าที่ในการพัฒนาพื้นที่ก็มีผลทางอ้อมที่เอื้อให้การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนสะดวกมากขึ้น เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในชุมชน การส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลเนินเพิ่ม อ.ลับแล ซึ่งได้สนับสนุนการพัฒนาสาธารณูปโภค ถนน ไฟฟ้า และน้ำประปาให้กับชุมชน

สำหรับชุมชนที่การท่องเที่ยวเริ่มก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และส่งสัญญาณในเชิงลบ ทำให้จำเป็นต้องมีการควบคุม เทศบาลตำบลเชียงคาน เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่ใช้อำนาจในการออกข้อบัญญัติเพื่อจัดระเบียบเมือง โดยได้ออกเทศบัญญัติเทศบาลตำบลเชียงคาน ปี พ.ศ. 2553 เพื่อควบคุมการก่อสร้างบ้านเรือน ดูแลการพัฒนาพื้นที่ และการอนุรักษ์บ้านไม้เก่า เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้บ้านเรือนและร้านค้าต่างๆ ถูกปรังแต่งเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น จนทำให้เอกลักษณ์ความเป็นเชียงคานเริ่มเลือนหายไป ดังนั้น เทศบาลตำบลเชียงคานจึงได้ออกเทศบัญญัติดังกล่าวมา เพื่อเป็นข้อตกลงในการถือปฏิบัติร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวของเชียงคาน

4.5.3 สถาบันการศึกษา

หลายพื้นที่ที่ได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัย รวมถึงเป็นพื้นที่วิจัยชุมชน เช่น ชุมชนแม่กำปอง ที่เริ่มต้นพร้อมกับการสนับสนุนวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) หรือ ชุมชนนาอ้อ และชุมชนบ้านศิลา ที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้จัดฝึกอบรมด้านการเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยว และเป็นการจุดประกายให้ชุมชนเห็นโอกาสของชุมชนและริเริ่มการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และได้จัดฝึกอบรมเพื่อเตรียมพร้อมด้านทักษะพื้นฐาน เช่น การอบรมยุวมัคคุเทศก์ การพัฒนาศักยภาพที่พัก และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ เป็นต้น หรือชุมชนบ้านท่าซันทองได้เริ่มต้นด้วยตนเองมาระยะหนึ่ง และก็ได้รับการพัฒนาและยกระดับคุณภาพบริการโดยคณะวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จะพบว่า ในการขับเคลื่อนงานท่องเที่ยวชุมชน สถาบันการศึกษาเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่บทบาทสำคัญในฐานะการเป็นคู่คิดให้ชุมชน

4.5.4 บทบาทของภาคเอกชน

หลายหน่วยงานมีบทบาทสำคัญ แม้จะไม่ได้เป็นผู้สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยตรง แต่ผลจากการสนับสนุนและส่งเสริมชุมชนนั้น ทำให้ชุมชนได้รับการพัฒนาและมีความโดดเด่นจนเป็นต้นแบบ และทำให้มีผู้สนใจเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นจำนวนมาก และสามารถต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวในชุมชนได้ เช่น

บ้านคลองหัวช้าง ซึ่งบริษัท (ปตท.) ก่อนข้างมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนทั้งในด้านการสนับสนุนด้านงบประมาณและการช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักผ่านโครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียงกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เมื่อชุมชนเป็นที่รู้จักได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงอยู่เย็นเป็นสุข และได้รับรางวัลเขียวจีดีเด่น รวมทั้งสามารถตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนจนพัฒนากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการพลิกฟื้นวิถีชีวิตของชุมชน จึงกลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวของจังหวัด ทำให้มีโอกาสดำเนินงบประมาณจากหน่วยงานต่างๆ

บ้านท่าขันทอง ซึ่งบริษัท บอร์น ดิสติงชัน จำกัด ร่วมกับ ททท. ได้ร่วมกันจัดโครงการ Village to the World โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างโมเดลรายได้จากการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับชุมชนขนาดเล็กที่ไม่มีทุนทรัพยากรการท่องเที่ยว และช่วยสร้างตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ สร้างโอกาสให้ชุมชน โดยในปี พ.ศ. 2560 เลือกบ้านท่าขันทอง เป็น 1 ใน 7 ชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวชุมชนสำหรับเด็กและเยาวชน (School & Family outing) ที่เน้นการเรียนรู้นอกห้องเรียน ทำให้มีนักเรียนจากโรงเรียนต่างๆ เข้ามาเรียนรู้ในพื้นที่มากขึ้น ซึ่งเมื่อโครงการนี้เข้ามา ทำให้ชุมชนมีการคิดค้นนวัตกรรมการท่องเที่ยวใหม่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเด็ก ประกอบด้วย 1) ทำนา 2) สไลด์เดอร์โคลน 3) โรงสีข้าวกลองแบบดั้งเดิม 4) ตามล่าหา (ถั่ว) ดาวอินคา 5) ตกปลาเก็บไข่เป็นไข่ไก่ 6) ทำอาหารครัวคุณหนู และ 7) ทำขนมเทียน ทำให้เด็กนักเรียนได้มีโอกาสสัมผัสวัฒนธรรมทั้งเหนือและอีสานไปพร้อมๆ กัน ถือเป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่ให้นักเรียนอีกด้วย

หจก.อยุธยาโบ๊ทแอนด์ทราเวล ได้นำกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ออสเตรเลีย ไอร์แลนด์ อินเดียและนอร์เวย์) มาเยี่ยมชมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่และธรรมชาติริมน้ำในชุมชนเป็นครั้งคราว และมีการทำข้อตกลงร่วมกับห้างหุ้นส่วนจำกัดอยุธยาโบ๊ทแอนด์ทราเวล เพื่อจัดส่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวชุมชนทุกเดือนภายใต้โปรแกรมทัวร์ Homestay Explorer and Royal Agricultural Project

จะพบว่า การส่งเสริมและพัฒนาของรัฐในอดีตก่อนมีการจัดการท่องเที่ยวมีความสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพทุนของชุมชนให้มีความโดดเด่น โดยเฉพาะการสร้างผู้นำ ที่ภายหลังได้ขึ้นมามีบทบาทสำคัญในการรวบรวมทุนและเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

นอกจากนี้ แม้ว่า อปท. ส่วนใหญ่จะไม่ได้มีบทบาทโดยตรงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน แต่ผลจากหน้าที่ในการพัฒนาพื้นที่ก็มีผลทางอ้อมที่เอื้อให้การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนสะดวกมากขึ้น เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในชุมชน การส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

ตารางที่ 4.21 องค์กรที่มีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน

หน่วยงาน	ชุมชน
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)	บ้านบัว บ้านเดิม ประแส คลองหัวช้าง บ้านศิลา เชียงคาน
สถาบันการศึกษา/ สถาบันวิจัย	บ้านร่องกล้า บ้านแม่กำปอง บ้านแม่กลางหลวง บ้านศิลา ประแส บ้านท่าชันทอง
ธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ (ออมสิน/ ธกส.)	เกาะยวน้อย บ้านเชียง บ้านท่าชันทอง
กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย	บ้านนาต้นจั่น บ้านบัว ประแส เกาะเกิด คลองหัวช้าง
กระทรวงวัฒนธรรม	เกาะเกิด บ้านท่าชันทอง
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	บ้านนาต้นจั่น ประแส เกาะเกิด คลองหัวช้าง บ้านท่าชันทอง บ้านเชียง
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	บ้านนาต้นจั่น เกาะยวน้อย บ้านศิลา บ้านเดิม ประแส เกาะเกิด บ้านท่าชันทอง บ้านเชียง
องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)	บ้านร่องกล้า
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม	บ้านนาต้นจั่น ประแส บ้านเชียง
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	บ้านร่องกล้า บ้านแม่กำปอง ตำบลอุโมงค์
องค์กรเอกชน	บ้านเกาะเกิด บ้านคลองหัวช้าง บ้านท่าชันทอง

ที่มา: จากการสำรวจ

กล่องที่ 4.1 ท่องเที่ยวชุมชนบนโลกออนไลน์

โลเคิล อไลค์ (Local Alike) เป็นอีกหนึ่งเว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชนยอดนิยม ก่อตั้งโดยคุณสมศักดิ์ บุญคำ ปัจจุบันมีเครือข่ายกว่า 102 ชุมชน มีเส้นทางทัวร์ชุมชนเสนอขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากกว่า 163 เส้นทาง นำเสนอสินค้าและบริการผ่านเรื่องราว การออกแบบที่สวยงาม และแพ็คเกจที่น่าดึงดูดใจ โดยมีเป้าหมายเพิ่มรายได้เฉลี่ย 5-10 ของรายได้ทั้งหมดในช่วงเริ่มต้น เสริมจากรายได้หลักที่ร้อยละ 90-95 มาจากการขายแพ็คเกจทัวร์

ลูกค้าของ Local alike มาจากช่องทาง B2B และ B2C โครงสร้างหลักของนักท่องเที่ยวร้อยละ 70 มาจากเอเจนต์ และร้อยละ 30 มาจากการจองผ่านเว็บไซต์ โดย Local alike มีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนรายได้จากเอเจนต์และเว็บไซต์ในอัตราร้อยละ 50 เท่ากัน

Local alike ดำเนินการมาแล้ว 6 ปี แต่เริ่มได้รับกำไรเป็นปีแรกเมื่อปี พ.ศ. 2560 จากรายได้ 29 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2561 รายได้เติบโตถึง 65 ล้านบาท และมีกำไรเพิ่มขึ้น 5 เท่า ในปี พ.ศ. 2562 นี้ตั้งเป้าหมายรายได้เพิ่มเป็น 80 ล้านบาท มีกำไรเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าของปี พ.ศ. 2561 แนวโน้มในปี พ.ศ. 2563 จะสามารถเพิ่มรายได้ถึง 100 ล้านบาท

Local alike กำลังระดมทุนเพื่อนำมาลงทุนเพิ่มเติม คาดว่าจะระดมได้ทั้งหมด 45 ล้านบาท เพื่อนำมาพัฒนาแพลตฟอร์ม 10-15 ล้านบาท รวมถึงทำการตลาดให้ดียิ่งขึ้น

พรไพลิน จุลพันธ์

โลเคิล อไลค์ เปลี่ยนเพื่อยั่งยืน เฟ้นของดีชุมชนเสริมทัพทัวร์

กรุงเทพฯธุรกิจ 18 มกราคม พ.ศ. 2562

4.6 แนวทางการปฏิบัติที่โดดเด่น

แนวทางปฏิบัติที่โดดเด่นในที่นี้ คือ แนวทางปฏิบัติที่พบในกรณีศึกษาซึ่งอาจจะเป็นต้นแบบของหลักการที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรอื่นซึ่งเป็นระบบบริหารจัดการ อย่างไรก็ดี พึงตระหนักว่า แนวทางที่ดีในพื้นที่หนึ่ง อาจจะไม่เหมาะสมกับอีกพื้นที่หนึ่งที่มีบริบทแตกต่างกัน

4.6.1 ด้านการตลาด: ตลาดไทยย่อนุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ตลาดไทยย่อนุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนซึ่งมีกลยุทธ์โดดเด่นที่สุดด้านการตลาด ตลาดไทยย่อนุคนี้ตั้งอยู่ในเขตวัดโพธิ์เก้าต้น ตำบลบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี มีทำเลที่ตั้งอยู่ตรงข้ามอนุสาวรีย์วีรชนบ้านระจัน ตลาดไทยย่อนุคบ้านระจันเป็นตลาดที่เน้นขายอาหารและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งเปิดให้บริการทุกวันเสาร์ วันอาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ตกแต่งให้เกิดบรรยากาศย้อนยุคในสมัยศึกบางระจันหรือช่วงสุดท้ายของกรุงศรีอยุธยา ตลาดบ้านระจันตั้งอยู่ในวัดโพธิ์เก้าต้น ตำบลบางระจัน ที่เชื่อกันว่าเป็นที่จำพรรษาของหลวงพ่อธรรมโชติ ในตำนานบ้านบางระจัน และชาวบ้านบางระจันก็ยังเชื่อว่าตนเองนั้นเป็นเชื้อสายจากบรรพบุรุษผู้เป็นวีรบุรุษสงครามสมัยเสียกรุง ตลาดนี้เป็นผลพวงมาจากความคิดของท่านเจ้าอาวาส คือ พระครูวิจิตรวิมุตตคุณ เจ้าคณะอำเภอค่ายบางระจัน จ.สิงห์บุรี

ตลาดไทยย่อนุคบ้านระจันจึงเป็นสินค้าท่องเที่ยวประเพณีประดิษฐ์ที่สร้างขึ้นโดยใช้การทำซ้ำแบบเดิม ซึ่งเป็นแบบที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการการโหยหาอดีตของผู้มาเยือน โดยใช้ประวัติศาสตร์เป็นการสร้างความชอบธรรมและเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับผู้มาเยือน รวมถึงการเชื่อมโยงของคนภายในชุมชนที่มีชุดความเชื่อในภูมิหลังทางประวัติศาสตร์เดียวกัน

การดำเนินงานของตลาดย้อนยุคนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการตลาดสมัยใหม่ ตั้งแต่กลยุทธ์การตลาดที่เลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มมวลชน (Mass) เมื่อหลวงพ่อดำได้ให้ชาวบ้านมาตั้งร้านขายสินค้านั้นภายในวัดนี้ ในตอนแรกนั้นมิได้มีเป้าหมายเป็นกลุ่มท่องเที่ยว แต่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านมีช่องทางทำมาหากินเพิ่มขึ้น จากนั้นก็มีการพัฒนาเรื่อยมาจนมีผู้มาเยือนจากหลายๆ จังหวัด รอบๆ สิงห์บุรีรวมทั้งที่มาจากกรุงเทพมหานคร จนกระทั่งในปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวประมาณ 10,000 คนต่อวัน โดยใช้เวลาเพียง 4 ปี ตั้งแต่ในปีแรกที่มีร้านค้าเพียงไม่กี่ร้านมาเป็น 230 ร้านในปัจจุบัน

ตลาดไทยย่อนุคบ้านระจันอาศัยมรดกทางประวัติศาสตร์เป็นสิ่งดึงดูดใจ สร้างความแตกต่างที่โดดเด่นโดยที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้ (Distinctive difference) เพราะสามารถอ้างได้ว่าพ่อค้าแม่ขายต่างเป็นลูกหลานบรรพบุรุษบ้านบางระจันตามตำนาน



รูปที่ 4.5 ตลาดไทยย่อนุคบ้านระจัน จ.สิงห์บุรี

นอกจากนี้ การจัดการตลาดยังมีส่วนประสมทางการตลาดตามทฤษฎี 7P's อย่างครบถ้วน ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าที่ขายในตลาดส่วนใหญ่เป็นอาหารและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หลวงพ่อกำหนดให้สินค้าที่ขายต้องเป็นอาหารหรือสินค้าที่ชาวบ้านทำเอง ไม่ใช่ซื้อหรือเหมามาจากโรงงาน เป็นอาหารโบราณหรืออาหารพื้นบ้าน เช่น ผักไทย ขนมโบราณ ยาสมุนไพร เป็นต้น

2) ราคา (Price) หลวงพ่อกำหนดให้อาหารที่ขายไม่เกินจานละ 40 บาท ซึ่งเป็นราคาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งไม่ใช่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง เมื่อราคาไม่สูง จานไม่ใหญ่นัก นักท่องเที่ยวก็สามารถบริโภคซื้อขายกัน มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

3) สถานที่ (Place) ช่องทางการจัดจำหน่าย ในระยะแรกๆ ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันได้ลูกค้าจากชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียง โดยรับรู้ข่าวสารผ่านปากต่อปาก ต่อมาได้มี Facebook ของตลาดเข้ามาเพิ่มเติม ชื่อ “ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน” ซึ่งข้อมูล ณ วันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 มีผู้กดถูกใจ (Like) และกดติดตาม (Follower) จำนวน 23,609 คน และ 24,571 คน ตามลำดับ และยังได้รับการประชาสัมพันธ์งาน “สุดดีวีรชนค่ายบางระจัน” ที่ลูกหลานจะรวมตัวกันจัดขึ้นเพื่อรำลึกถึงบรรพบุรุษทุกปีอีกด้วย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการสร้างความสนใจเมื่อเปิดตลาดครั้งแรกนั้น หลวงพ่อได้เลือกวันลอยกระทง เพื่อสร้างจุดสนใจในการเปิดตลาด หลังจากนั้นก็จะมีการจัดงานใหญ่ทุกปีในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นวันสุดดีวีรชนค่ายบางระจัน เพื่อรำลึกถึงวันที่ค่ายบางระจันแตก ซึ่งในวันนั้นลูกหลานชาวบ้านบางระจันไม่ว่าอยู่ที่ใด จะต้องกลับมาในพื้นที่นี้ หลังจากนั้นก็จะมีการเผยแพร่เรื่องของตลาดบางระจันไปยังที่ต่างๆ จนกระทั่งในปัจจุบันตลาดนี้มีคนมาเยี่ยมชมมากมายและได้ออกสื่อมวลชน จนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

5) บุคลากร (People) ตลาดบางระจันได้อาศัยลูกหลานมีจิตอาสากลับมาช่วยบริหารจัดการต่างๆ เช่น การจัดการให้มีเงินบำรุงวัด เพราะหลวงพ่อก็เก็บค่าเช่า ดังนั้น จึงต้องรวบรวมเงินเป็นค่าน้ำค่าไฟให้หลวงพ่อดีกว่า 100 บาทต่อแผง มีการช่วยกันดูแลรักษาความสะอาด การจัดการขยะ ซึ่งในการศึกษาที่ทีมงานก็ได้ขอให้กลุ่มผู้วิจัยทำการวิเคราะห์รายได้ เพื่อปรับปรุงการทำงานต่อไป ส่วนพ่อค้าแม่ค้าทุกท่านในตลาดก็ดำเนินการตามกติกาที่ได้ตกลงกันไว้ เช่น แต่งกายย้อนยุค พูดด้วยภาษาดั้งเดิมที่อ่อนหวาน และให้บริการที่สุภาพรวดเร็ว มีมิตรจิตมิตรภาพ

6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันนี้ ตกแต่งให้มีค่ายหอประตูปรับ เพื่อสื่อสารให้ลูกค้ามองเห็นภาพอดีตให้ชัดเจน มีความเฉพาะตัว สร้างบรรยากาศทั่วไปให้เหมือนยุคก่อนเสียกรุง มีการตีเกราะเคาะไม้ต้อนรับผู้มาเยือน ให้พ่อค้าแม่ขายทุกคนแต่งตัวย้อนยุคไปในสมัยนั้น เช่น ผู้ชายจะนุ่งผ้าเตี่ยว เสือกิ้งก้าน ไว้หนวดเหมือนนายจันทร์หนวดเขี้ยว หวีผมแฉกกลาง ส่วนผู้หญิงก็จะแต่งตัวคาดผ้าแถบหรือตะแบงมาน หลวงพ่อกำหนดว่าไม่ควรที่จะใช้เสื้อผ้าสไบที่เป็นดอกเป็นดวงยกดิน หรือเป็นผ้าแพรมันๆ เพราะอยู่ในช่วงศึกสงคราม ลูกค้าสามารถขอถ่ายรูปกับพ่อค้าแม่ค้าที่เดินผ่านไปผ่านมาได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ยกเว้นอยากจะทำบุญให้วัด ดังนั้น ตลาดบ้านระจันจึงมีการสร้างความแตกต่างทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งผู้ให้บริการซึ่งทุกคนมีความสุข เป็นมิตร พูดจาด้วยภาษาโบราณลงท้ายคำด้วยขอรับ เจ้าคะ เจ้าขา และมีความเต็มใจที่จะให้การดูแลและช่วยเหลือ

ลูกค้าทุกคนด้วยความภูมิใจในอัตลักษณ์ของตน มีบรรยากาศย้อนยุคอย่างครบถ้วนเกินความคาดหมายของลูกค้า รวมไปถึงป้ายบอกทาง แพไม้ไผ่ริมน้ำ สอดคล้องกับซุ้มอาหารซึ่งเป็นซุ้มไม้ไผ่มาจาก และดูเป็นระเบียบเรียบร้อย ป้ายร้านอาหารซึ่งมีลักษณะเดียวกันหมดและใช้ตัวอักษรแบบเดียวกันหมด ให้สอดคล้องกับบรรยากาศย้อนยุค อาหารรองรับด้วยภาชนะดินเผา ใบตอง กระบอกไม้ไผ่ เคยมีร้านขายกล้วยเดี่ยว ซึ่งเคยใช้ชามตราไก่ของลำปาง แต่หลวงพ่อก็ขอร้องให้เปลี่ยนเสีย เพราะชามตาไก่อ้นั้น เกิดขึ้นหลังการเสียกรุงศรีอยุธยา และใช้สีโทนธรรมชาติเหมือนกัน ตกแต่งด้วยรสนิยมเรียบง่ายเป็นธรรมชาติสมกับยุคที่ย้อนกลับไปหมด อาจกล่าวได้ว่าเป็นการนำเสนอบริการและบรรยากาศย้อนยุค แต่มีความสะดวกสบายทันสมัยและสะอาดตามยุค และสะอาดมากกว่าวัดทั่วไปอย่างมาก นอกจากนี้ ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จอดรถกว้างขวาง และมีห้องน้ำสะอาดมาก

7) กระบวนการ (Process) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันพยายามมีการปรับปรุงกระบวนการนำเสนอสินค้าและบริการให้ถูกใจลูกค้ามากขึ้น เช่น หลวงพ่อมีความคิดว่าควรจะมีกิจกรรมที่ให้ชาวบ้านมีส่วนร่วม ผู้มาเยือนมีส่วนร่วม เช่น การสืบทอดฝีมือ แล้วลูกค้าสามารถนำข้าวกลับไปได้ มีความต้องการรับฟังความคิดเห็นจากผู้วิจัยเพื่อที่จะนำไปปรับปรุงกิจกรรม

ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันมีส่วนประสมทางการตลาดครบถ้วนในการตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูง ดังปรากฏในการที่คำตอบจากแบบสอบถามซึ่งมีผู้ตอบว่ามีความพึงพอใจสูงที่สุด

4.6.2 ด้านการจัดการสารสนเทศหรือนวัตกรรมบริการ: บ้านนาต้นจัน จ.สุโขทัย

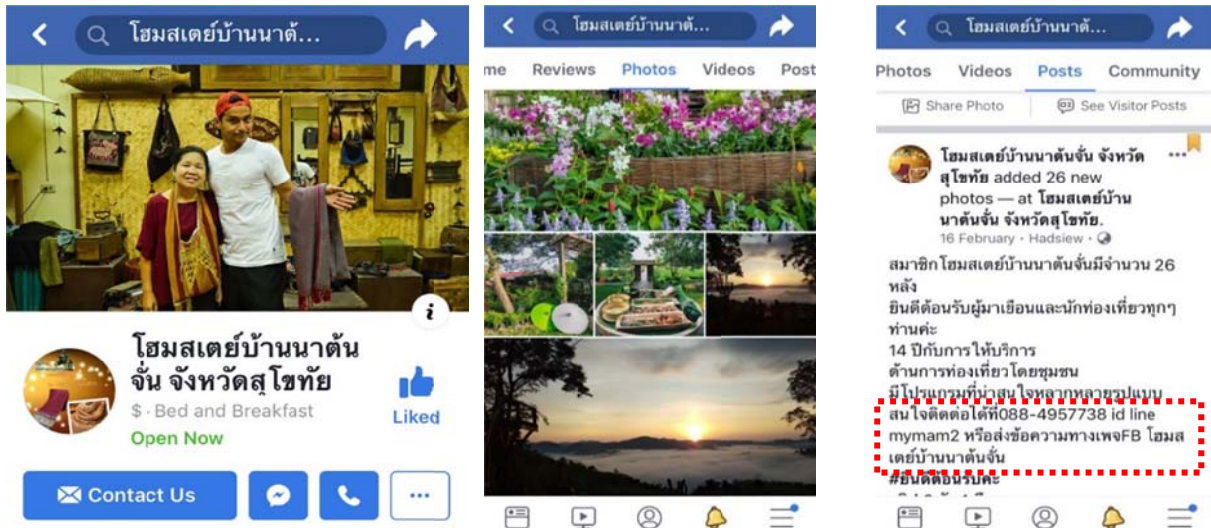
ชุมชนบ้านนาต้นจัน จ.สุโขทัย เป็นตัวอย่างของชุมชนที่นำเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) โดยเฉพาะการใช้ Facebook มาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าโดยการแบ่งปันรูปกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน และให้ข้อมูลการท่องเที่ยว เช่น โปรแกรมท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวพิเศษเฉพาะช่วง อัตราค่าบริการ สิ่งที่น่าท่องเที่ยวต้องเตรียม ช่องทางการชำระเงิน การจอง การเลื่อน และการยกเลิกบริการ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถติดต่อสอบถามได้ทางเฟสบุ๊ค และไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน นอกเหนือไปจากการติดต่อผ่านโทรศัพท์ เป็นการสร้างช่องทางการติดต่อที่หลากหลายและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ Facebook ของบ้านนาต้นจัน ยังมีการนำเสนอรูปภาพที่สวยงาม สะท้อนบรรยากาศของชุมชน วิถีชีวิตที่เรียบง่าย ฟังฟังวัฒนธรรมชาติ รวมถึงมีการตกแต่งบ้านพักและชุมชนโดยรวมได้อย่างสวยงาม มีรสนิยม ที่อยู่ภายใต้แนวคิดเดียวกัน คือ เน้นความเป็นธรรมชาติ เช่น เป็นบ้านพักเป็นบ้านไม้ บริเวณบ้านปลูกดอกไม้และต้นไม้สีเขียว จุดถ่ายรูปทำจากไม้ เช่น ไซ้บานประตู บ้านหน้าต่างเก่ามาตกแต่ง เป็นต้น อาหารใส่ในจานที่ทำจากกะลาหรือไม้ไผ่ ต้มกาแฟจากกระบอกไม้ไผ่ เป็นต้น ทำให้บรรยากาศของทั้งชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จุดสำคัญก็คือ เมื่อนักท่องเที่ยวมาเยือนชุมชนบ้านนาต้นจัน จะพบว่า ภาพที่ถ่ายทอดในสื่อออนไลน์นั้นเป็นจริง เพราะสมาชิกชุมชนท่องเที่ยวสามารถลงบรรยากาศวิถีไทยไว้ในชีวิตจริง โดยที่นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นฉากตกแต่งหรือการแสดง

ทั้งนี้ Facebook ของบ้านนาต้นจันมีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง มีทั้งการนำเสนอภาพบ้านพักของสมาชิกแต่ละคนที่มีจุดขายแตกต่างกันไป ภาพกิจกรรมของกลุ่ม ภาพแหล่งท่องเที่ยวและ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน สภาพอากาศของพื้นที่ ซึ่งดำเนินการโดยอาศัยกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีแนวทางการนำเสนอที่มีความน่าสนใจ โดย ณ วันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 มีผู้ถูกใจ (Like) และกดติดตาม (Follower) จำนวน 32,748 คน และ 33,553 ตามลำดับ

ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า มีการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน คือ โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 45.9 และ 22.9 ตามลำดับ ซึ่งช่องทางโซเชียลมีเดียที่นิยมก็คือ Facebook คิดเป็นร้อยละ 84.6



ที่มา: Facebook โฮมสเตย์บ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย

รูปที่ 4.6 เฟสบุ๊กรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านนาต้นจัน

ตารางที่ 4.22 จำนวนผู้ถูกใจและติดตามเฟสบุ๊กรับของชุมชนท่องเที่ยว

พื้นที่ศึกษา	ชื่อเฟสบุ๊กรับ	Likes	Follower
บ้านนาต้นจัน จ.สุโขทัย	โฮมสเตย์บ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย	32,748	33,553
ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน	ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน	23,609	24,571
บ้านท่าชันทอง จ.เชียงราย	โฮมสเตย์บ้านท่าชันทอง การท่องเที่ยวโดยชุมชน ต.บ้านแซว	2,439	2,480
ศิลาโฮมสเตย์ จ.ขอนแก่น	silahomestay - ศิลาโฮมสเตย์จังหวัดขอนแก่น	1,715	1,778
บ้านเชียง จ.อุดรธานี	ไกด์บ้านเชียง	1,908	1,936
อุโมงค์ จ.ลำพูน	umong อุโมงค์ โฮมสเตย์ ลำพูน	1,015	1,015
เกาะเกิด จ.พระนครศรีอยุธยา	บ้านเกาะเกิด อยุธยา Ban Kohkerd Ayutthaya	230	241

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ วันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

ที่มา: Facebook ของกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว (2561)

กล่องที่ 4.2 ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวของชุมชนบ้านนาตันจันผ่าน Facebook

สมาชิกโฮมสเตย์บ้านนาตันจันมีจำนวน 26 หลัง ยินดีต้อนรับผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวทุก ๆ ท่านค่ะ
14 ปีกับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีโปรแกรมที่น่าสนใจหลากหลายรูปแบบ สนใจติดต่อได้ที่ **088-4957738 id line mymam2 หรือส่งข้อความทางเพจ FB โฮมสเตย์บ้านนาตันจัน #ยินดีต้อนรับ**ค่ะ

ทริป 2 วัน 1 คืน

15.00 น. รับนักท่องเที่ยวเข้าที่พัก

16.30 น. ปั่นจักรยานชมทุ่ง ชมพระอาทิตย์ตก

18.30 น. รับประทานอาหารเย็น

06.30 น. ตักบาตรหน้าบ้าน

07.30 น. รับประทานอาหารเช้า

08.30 น. ปั่นจักรยานชมวิถีการทอผ้าใต้ถุนบ้าน ชมวิธีการทำตุ๊กตาบาร์โหน (บ้านตาวังค์) ชมหัตถกรรมดอกไม้ ชมและชิมผลไม้ตามฤดูกาล ชมการทำผ้าหมักโคลน ชมผลิตภัณฑ์จากผ้าหมักโคลน

11.30 น. ชมและทดลองการทำข้าวปั้นอาหารถิ่น

อัตราค่าบริการ

คิดท่านละ 600 บาท/คน เด็กอายุต่ำกว่า 5 ขวบคิด 250 บาท ชาวต่างชาติ 700 บาท /คน + อาหารเย็น/เช้า/นอนพักหนึ่งคืน + กิจกรรมชมเที่ยวในหมู่บ้านเจ้าของบ้านพาชมเที่ยว

หมายเหตุ หากลูกค้าท่านใดสนใจขึ้นจุดชมวิวกวชมทะเลหมอกพระอาทิตย์ขึ้น**เวลา 04.30 น. ไปได้จะมารับยังที่พัก ค่าบริการ 450 บาท/หลัง ระยะทางนั่งรถ 3.5 กม. ตลอดด้วยเดินเท้าอีก 850 เมตร จิบกาแฟในกระบอกไม้ไผ่ โปรแกรมอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

- * เตรียมรองเท้าที่เหมาะสมในการเดินป่า
- * หากมีโรคประจำตัวควรสังเกตอาการก่อน

การจอง

จองและวางมัดจำ 1,000 บาท ชำระเงินได้ที่ธนาคารกรุงเทพ เลขที่บัญชี **4310472073 พร้อมเพย์ 0884957738** ชื่อ เกตุทิพย์ วุฒิสาร โทร 088-4957738

ส่งหลักฐานการโอนมายังข้อความของเพจโฮมสเตย์บ้านนาตันจัน !! (ถ้าคุยกันช่วงทางไหนให้ส่งสลิปมาช่องทางนั้น!!) หลังจากนั้นจะแจ้งชื่อเจ้าของบ้านพร้อมเบอร์ติดต่อเจ้าของบ้านภายหลังการชำระเงินค่ะ!!

ขอบคุณค่ะ...มีจักรยานให้เช่าคันละ 30 บาท หากต้องการใช้รถบริการรถอีแต๊กคันละ 450 บาท ก่อนโอนมัดจำกรุณาแจ้งทาง **inbox ของเพจ** นี้ ก่อนค่ะ เราขอสงวนสิทธิ์ให้แก่ลูกค้าที่โอนเงินมัดจำมาก่อนค่ะ !!

ลักษณะบ้าน

ลักษณะบ้านที่เจ้าของบ้านแบ่งห้องให้ลูกค้าอยู่ด้วย เจ้าของบ้านพาชมพาเที่ยวเรียนรู้วิถี *บ้านมี 26 หลัง เวียนตามคิว

*เตรียมของใช้ส่วนตัวสบู่ ยาสีฟัน แชมพู

!!! *หมายเหตุ งดใช้เสียงหลัง 3 ทุ่ม!!!

* หากยกเลิก การเข้าพักมัดจำจะถือเป็นสิทธิ์ของเจ้าของบ้านที่ไม่คืนมัดจำ

* หากเลื่อน การจองระยะเวลาลงสิ้นสุดเมื่อครบ 3 เดือน ยังใช้สิทธิ์การจองนี้ได้

* สนใจขึ้นจุดชมวิวกวชมเจ้าของบ้านได้ตอนเช้าพัก และเตรียมรองเท้า ที่เหมาะสมในการเดินขึ้นเขา ด้วยค่ะ

* ชมวีรวิ ในเพจ FB โฮมสเตย์บ้านนาตันจัน จ. สุโขทัย ขอขอบคุณ

ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

ที่มา: <https://www.facebook.com/HomeStayBannaTonChan>

4.6.3 ด้านการควบคุมคุณภาพบริการ: ชุมชนบ้านท่าขันทอง จ.เชียงราย

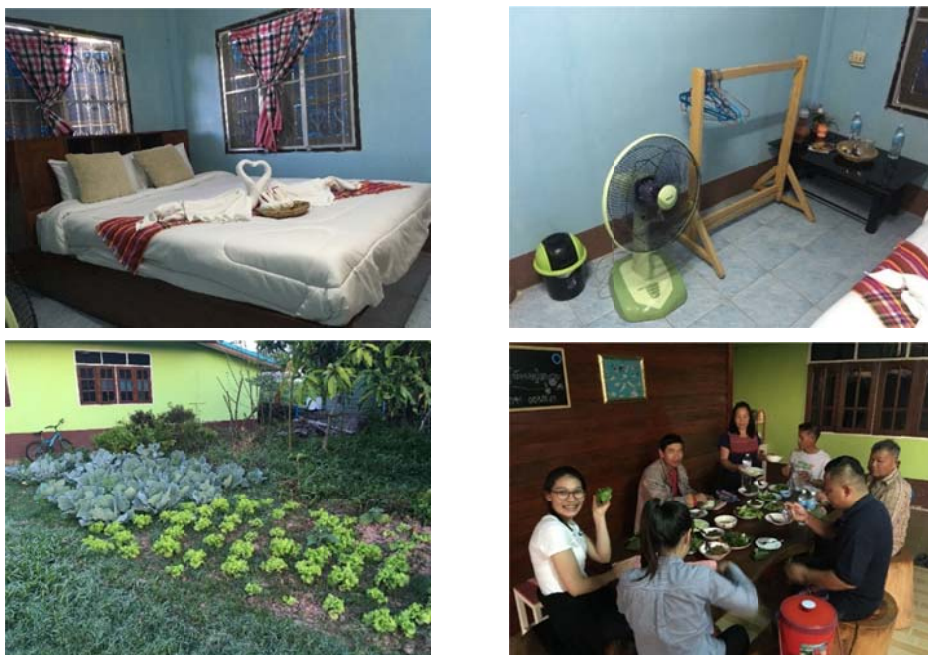
เป็นชุมชนที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานบริการ การประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ถือเป็น การประเมินมาตรฐานตามความเห็นของบุคคลภายนอกที่เข้ามาประเมินชุมชน ชุมชนท่าขันทอง นอกจาก จะมีการส่งประเมินมาตรฐานตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยแล้ว ซึ่งเป็นการประเมินทุกๆ 3 ปี ยังมีการ ประเมินกันเองภายใน โดยมีการตั้งกฎของกลุ่มเพื่อควบคุมมาตรฐานการให้บริการ โดยการออกกฎ 26 ข้อ ให้ถือปฏิบัติร่วมกัน โดยจะมีการสุ่มตรวจบ้านทุกครั้งก่อนที่จะมีแขกเข้าพัก หากไม่มีความพร้อม จะ ไม่ได้รับโอกาสในการรับลูกค้า จนกว่าจะผ่านการตรวจสอบตามมาตรฐานของกลุ่ม

ตารางที่ 4.23 กฎการควบคุมมาตรฐานโฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง

เรื่อง	รายการมาตรฐานโฮมสเตย์
ห้องนอน (4 ข้อ)	1. ผ้าปูที่นอน เรียบตึง สีขาวหรือสีพื้น
	2. มีผ้าเช็ดตัวครบและพับสวยงาม มีสบู่ แชมพู ครบ
	3. มีราวตากผ้าและไม้แขวนเสื้อ
	4. มีถังขยะ ปิดฝาปิดชิด
ห้องน้ำ (4 ข้อ)	5. ต้องไม่มีสิ่งของอื่น นอกจากที่กำหนด
	6. มีกระดาดทึบ
	7. มีถังขยะ ปิดฝาปิดชิด
	8. มีชั้นอาบน้ำ แยกจาก ชั้นส้วม
	9. ที่รองสบู่สะอาดไม่มีคราบ
ห้องครัว (3 ข้อ)	10. สะอาดไม่มีคราบสกปรก
	11. ถ้วย จาน ช้อน ส้อม มีด ฯลฯ วางเป็นระเบียบ
	12. ช้อน ส้อม จัดวางเอาด้านจับขึ้นข้างบน
ภายในบ้าน (8 ข้อ)	13. สะอาดไม่มีคราบ ไม่มีฝุ่น
	14. มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย
	15. มีน้ำดื่มสะอาดและแก้วน้ำครบ
	16. มีกาแฟ โอวัลติน/ไมโล (สำหรับเด็ก)
	17. มีถ้วยกาแฟ วางช้อนกาแฟให้ด้านจับขึ้นบน
	18. มีกระดาดทึบ แบบกล่อง (แบบม้วนในห้องน้ำ)
	19. มีสมุดเซ็นเยี่ยม
	20. ตู้ยา แยกยาที่ใช้ภายใน ยาที่ใช้ภายนอก ยาไม่หมดอายุ
บริเวณบ้าน (2 ข้อ)	21. มีการปลูกผักสวนครัว ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
	22. มีถัง/ถุง แยกขยะ อย่างน้อย 4 ถัง/ถุง พร้อมป้าย
อาหารเช้า (4 ข้อ)	23. มีชั้นน้ำล้างมือ ชั้นรองน้ำล้างมือ ผ้าเช็ดมือพับสวย
	24. มีถ้วยแบ่ง ช้อน ส้อม ช้อนกลาง ครบคน
	25. มีผลไม้
	26. เจ้าของบ้านนั่งรับประทานอาหารเช้าร่วมกัน

ที่มา: กลุ่มโฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง

นอกจากนี้ กลุ่มยังมีสมุดเยี่ยมให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ และเจ้าของบ้านยังมีการสอบถามความต้องการของลูกค้าว่าต้องการให้มีการเพิ่มเติมหรือปรับปรุงบริการหรือไม่อย่างไร และทุกครั้งหลังจากรับลูกค้า จะมีการประชุมสรุปงานเพื่อหาแนวทางในพัฒนาการดำเนินงานต่อไป การบริหารจัดการเหล่านี้ทำให้มาตรฐานที่พักของโฮมสเตย์บ้านท่าขันทองสูงกว่ากรณีศึกษาที่อื่นอย่างเห็นได้ชัด



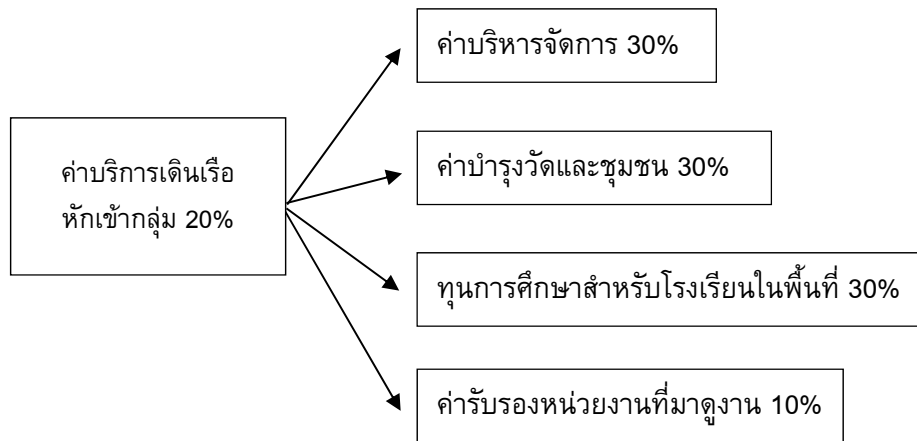
รูปที่ 4.7 การจัดเตรียมบริการโฮมสเตย์ตามข้อตกลงของกลุ่มโฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง

4.6.4 ด้านการจัดสรรผลประโยชน์: กลุ่มเรือบ้านเดิม จ.อุดรธานี บ้านบัว จ.พะเยา

การจัดสรรผลประโยชน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแรงจูงใจ รักษาการมีส่วนร่วม และลดความขัดแย้งภายในชุมชน เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนมากขึ้น และอาจก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสมาชิกคนอื่นๆ ในชุมชนที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ดังนั้น หลายชุมชนให้ความสำคัญกับการกระจายผลประโยชน์ ซึ่งไม่เพียงแต่การกระจายผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในกลุ่มเท่านั้น แต่ได้มีการกระจายไปยังสมาชิกในชุมชน ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มเรือบ้านเดิม มีการหักรายได้จากค่าบริการเรือเข้ากลุ่มในอัตราร้อยละ 20 ของค่าบริการ โดยรายได้ส่วนนี้จะถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) เงินสำหรับการบริหารจัดการ (ร้อยละ 30) 2) ค่าบำรุงวัดและชุมชน (ร้อยละ 30) 3) ทุนการศึกษานักเรียน (ร้อยละ 30) และ 4) รองรับหน่วยงานที่มาศึกษาดูงาน (ร้อยละ 10) โดยจะพบว่า เงินกองกลางร้อยละ 60 (บำรุงวัดชุมชนและทุนการศึกษา) ได้ถูกกระจายไปเป็นประโยชน์ของสังคม

ลูกค้าจากกลุ่มเรือ สามารถสร้างรายได้สำคัญที่ใช้ขับเคลื่อนกลุ่มท่องเที่ยวบ้านเดิม นอกจากนี้ เงินสะสมกองทุนส่วนหนึ่งจะจัดสรรให้กับสมาชิกที่ต้องการซื้อเรือ เป็นของตนเองแต่ไม่มีเงินทุนกู้เงินมาลงทุน โดยคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ คือ อัตราร้อยละ 1 ต่อเดือน (คนที่กู้เงินในกลุ่มเรือรายได้ได้ต้องเป็นสมาชิกและมีหุ้นในกลุ่มเรือถึงจะกู้ได้และกู้ได้คนละไม่เกิน 20,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 บาท

ต่อเดือน ต้องมีคนค้ำประกันโดยคนค้ำประกันคนที่จำเป็นต้องเป็นสมาชิกกลุ่มเรือและมีหุ้นอยู่ในกลุ่มเรือจึงจะสามารถกู้เงินได้)



รูปที่ 4.8 การกระจายผลประโยชน์ของกลุ่มเรือบ้านเดียม

บ้านบัว จ.พะเยา เป็นอีกพื้นที่ที่มีการการจัดสรรผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวให้กับครัวเรือนอื่นๆ ในชุมชนที่ไม่ได้ทำการท่องเที่ยว โดยกลุ่มอาหารหักก่าไร้อยละ 5 เข้าศูนย์ และหักเข้าหมู่บ้านครั้งละ 200 บาท และกลุ่มดูงานก็หักเข้าศูนย์ 200 บาทต่อครั้ง เมื่อครบปีจึงนำเงินก้อนนี้มาเฉลี่ยให้ครัวเรือนในหมู่บ้านที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวด้วย

4.6.5 ด้านการจัดการแหล่งเรียนรู้: ตำบลอุโมงค์ จ.ลำพูน

ตำบลอุโมงค์ ถือว่าเป็นอีกหนึ่งชุมชนที่พัฒนาตนเองขึ้นมาเป็นต้นแบบในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการจัดการสุขภาวะโดยชุมชน จนกลายเป็นแหล่งดูงานสำคัญระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ด้วยกัน จุดเด่นของตำบลอุโมงค์ คือ การรวบรวมทุนและองค์ความรู้ในชุมชน และสร้างขึ้นให้เป็นรูปธรรม เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการพัฒนาสุขภาวะชุมชนและพัฒนานวัตกรรมชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างต่อเนื่อง ผลที่ได้จากการพัฒนา คือ แหล่งเรียนรู้ที่มีองค์ความรู้ที่มีการถอดเป็นบทเรียน มีวิทยากร และสื่อประกอบการเรียนรู้ ซึ่งมีทั้งหมด 10 ระบบที่เป็นองค์ประกอบในการจัดการสุขภาวะโดยชุมชน ประกอบด้วย 1) ระบบสุขภาพชุมชน 2) ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและพลังงานทดแทน 3) ระบบเศรษฐกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาตนเอง 4) ระบบเกษตรกรรมยั่งยืน 5) ระบบการศึกษาและภูมิปัญญาท้องถิ่น 6) ระบบสวัสดิการสังคมโดยชุมชน 7) ระบบการรักษาความปลอดภัย 8) ระบบการบริหารจัดการองค์กร 9) ระบบการสื่อสารเพื่อชุมชน และ 10) ระบบสวัสดิการ นอกจากนี้ยังมีศูนย์การเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมและมีความพร้อมสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ศูนย์ลดโลกร้อน ธนาคารขยะบ้านป่าเส้า ศูนย์เรียนรู้ไบโอดีเซล ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร เป็นต้น

เทศบาลตำบลอุโมงค์สามารถพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมในชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง จน สสส. ได้เข้ามาสนับสนุนและยกระดับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นเป็นมหาวิทยาลัยอุโมงค์ สร้างพลเมือง หรือเปรียบเสมือนมหาวิทยาลัยท้องถิ่น โดยมีหลักสูตรการเรียนรู้ด้านการสร้างพลเมือง

ผลจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ทำในปีล่าสุด (2561) ให้ตำบลอุโมงค์ได้รับรางวัลจาก สถาบันพระปกเกล้า “รางวัลพระปกเกล้าทองคำ” ด้าน อบท. ที่มีความเป็นเลิศในด้านการเสริมสร้าง เครือข่ายรัฐ เอกชน และประชาสังคม หรือเกียรติภูมิท้องถิ่น (KPI Awards) ซึ่งเป็นรางวัลที่สถาบัน พระปกเกล้ามอบให้ อบท. ที่เคยได้รับรางวัลพระปกเกล้าในระดับเป็นเลิศมาแล้วอย่างน้อย 2 ครั้ง ใน ระยะเวลา 5 ปี ซึ่งเทศบาลตำบลอุโมงค์ เคยได้รับรางวัลพระปกเกล้าด้านการเสริมสร้างเครือข่ายรัฐ เอกชน และประชาสังคมมาแล้ว 2 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2556 และปี พ.ศ. 2560 โดยกิจกรรมที่มีความเป็นเลิศ ด้านเครือข่าย รัฐ เอกชน ประชาสังคมของเทศบาลตำบลอุโมงค์ ได้แก่ เครือข่ายมหาวิทยาลัยอุโมงค์สร้าง พลเมือง เครือข่ายอาสาป็นสุข เครือข่ายกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลอุโมงค์

กล่องที่ 4.3 กิจกรรมอาสาป็นสุข: นวัตกรรมชุมชน ต้นแบบชุมชนพึ่งพาตนเอง

กิจกรรมอาสาป็นสุข เป็นกิจกรรมที่เตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ เพื่อลดปัญหา และพัฒนาคุณภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยอาศัยการร่วมมือกันของคนในชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนากลุ่มอาสาสมัครจิตอาสา หรือกลุ่ม อาสาป็นสุข (อปส.) ให้มีทักษะเบื้องต้นในการดูแลผู้ป่วย และออกไปเยี่ยม เยือนและดูแลให้กำลังใจเพื่อนประชาชนในชุมชน เป็นการช่วยดูแลสุขภาพใจ เป็นการทำงานในเชิงรุกเสริมการทำงาน ของโรงพยาบาลเสริมสุขภาพตำบล โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มติดบ้านและติดเตียง มุ่งหวังให้เกิดผลลัพธ์กับกลุ่ม ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาสให้เกิดกำลังใจในการดำรงชีวิตและอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างมีความสุข โดยอาศัยการ รับผิดชอบต่อคนในชุมชน โดยการตั้งกล่องรับบริจาคในร้านค้า ร้านอาหาร รวมถึงขอรับบริจาคจากหน่วยงาน ห้าง ร้านต่างๆ และจัดกิจกรรม 1 Bath 1 Meeting (1BOM) โดยทุกครั้งที่มีการประชุมชนให้สนับสนุนร่วมสนับสนุนคนละ 1 บาท เพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน



ที่มา: Facebook สำนักงานเทศบาลตำบลอุโมงค์ (2560)



ที่มา: Facebook สำนักงานเทศบาลตำบลอุโมงค์

รูปที่ 4.9 รางวัลพระปกเกล้าทองคำ (KPI Award) พ.ศ. 2561 ด้านการเสริมสร้างเครือข่ายรัฐ เอกชน และประชาสังคม

4.6.6 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย อปท.: ประแส จ.ระยอง

ในบรรดากรณีศึกษา 21 แห่งนี้ ปรากฏว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) มีบทบาทไม่มากนัก แต่มี อปท. ที่โดดเด่น ได้แก่ เทศบาลตำบลปากน้ำประแส ซึ่งผู้นำมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเห็นความสำคัญของการนำการท่องเที่ยวมาเป็นตัวช่วยใหม่ในการสร้างเสริมเศรษฐกิจในชุมชน เนื่องจากเห็นว่ากลุ่มอาชีพประมง ซึ่งเคยเป็นกลุ่มเศรษฐกิจหลักของชุมชนได้ประสบปัญหาการทำมาหากินด้านการประมง ซึ่งเป็นผลกระทบจากกฎระเบียบใหม่ต่างๆ ทำให้การประมงนั้นมีการถดถอยอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น นายกเทศมนตรีตำบลปากน้ำประแสจึงเริ่มมีกิจกรรมอย่างครบวงจรตั้งแต่ทางกายภาพไปจนถึงด้านตลาด เพื่อสนับสนุนให้ตำบลปากน้ำประแสมีความสามารถในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น สิ่ง que เทศบาลได้ดำเนินการ ได้แก่

1) ด้านกายภาพ มีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ในบริเวณทุ่งโปรงทอง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนมีการสร้างห้องน้ำ การดูแลรักษาความสะอาด จัดเก็บขยะในชุมชน รวมทั้งปรับปรุงถนนหนทาง และการจัดทำป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

2) ด้านบุคลากร เทศบาลให้งบประมาณประสานชุมชนไปดำเนินงานที่ตำบลบางน้ำผึ้ง จ. สมุทรปราการ และได้ไปอบรมที่กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อมาชักชวนให้ชาวบ้านจัดทำโฮมสเตย์ โดยแรกเริ่มมีเพียง 5 หลังแรก ในที่สุดก็มีโฮมสเตย์ริมน้ำ 10 หลัง การดำเนินงานนี้มีมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เทศบาลยังมีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวทุกปี ปีละ 1 ครั้ง โดยใช้อบรมเวลาอบรมประมาณ 2 วัน

3) ด้านตลาด

3.1) เทศบาลตำบลปากน้ำประแสทำการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างเข้มแข็ง ทีมประชาสัมพันธ์ประสานงานกับ ททท. ช่วยทำแผ่นพับ ซึ่งสนับสนุนกิจกรรมถนนสายวัฒนธรรม โดยจัดงานทุกวันศุกร์เสาร์อาทิตย์ เริ่มจัดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 จนในที่สุดชุมชนสามารถดูแลจัดงานกันเองได้ โดยไม่มีงบประมาณสนับสนุน จากนั้นนายกเทศมตรียังมีความฉะฉานในการสร้างโอกาสใหม่ เช่น อาสา รับรองแขกซึ่งเป็นผู้เข้าประกวด Miss Tourism Queen International 2018 ที่มาเยี่ยมระยอง ทำให้ตำบลปากน้ำประแสเป็นที่รู้จักของ ประชาชนมากขึ้นเนื่องจากได้มีการออกข่าวไปยังสื่อต่างๆ

3.2) เทศบาลหาลูกค้าให้โฮมสเตย์ เนื่องจากตัวเทศบาลเองนั้นเป็นเทศบาลที่มีผู้มาดูงานมากเนื่องจากผลงานของการอนุรักษ์ป่าชายเลน เมื่อมีกลุ่มมาดูงานเทศบาลฯ ก็จะกระจายนักท่องเที่ยวไปในชุมชนโฮมสเตย์ที่โดยกระจายให้แต่ละบ้านในกลุ่มเท่าๆ กัน

4) **ด้านการจัดการองค์กร** ความโดดเด่นอยู่กับการจัดกลุ่มสามล้อนำเที่ยวที่ตำบลปากน้ำ ประแสในปัจจุบัน ผู้ซึ่งแต่เดิมมีอาชีพประมงพื้นบ้านมาก่อนและมีรถที่ใช้ขนส่งปลาตอนเช้า เทศบาลจึงได้พยายามนำกลุ่มเหล่านี้มารวมกลุ่มกัน กำหนดราคาค่าโดยสาร มาตรฐานความสะอาด สถานที่จอดรถและควบคุมจำนวนไม่ให้เกิน 100 คัน เพื่อไม่ให้มีการแย่งรายได้กัน มีการจดทะเบียนถูกต้อง ทำให้ในปัจจุบันกลุ่มสามล้อท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีรายได้ดีขึ้นกว่าเดิมมาก

แม้ว่าเทศบาลจะมีบทบาทสำคัญในหลายเรื่อง แต่ที่สำคัญก็คือ เทศบาลได้ดึงให้สมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นหุ้นส่วนในการคิด ทำ และรับผลประโยชน์ แล้วในที่สุดแล้วบางกิจกรรมนั้นบางกลุ่มก็สามารถพัฒนาระดับการมีส่วนร่วมไปถึงขั้นการดำเนินงานเองโดยชุมชนได้เอง ตามหลักวิชาการแล้ว ชุมชนปากน้ำประแสได้มีส่วนร่วมที่พัฒนาไปถึงขั้นที่ 7 และ 8 ของระดับการมีส่วนร่วม คือ การมอบหมายให้กลุ่มสมาชิกดำเนินการเองตัดสินใจเอง เช่น ในกลุ่มโฮมสเตย์ริมน้ำและการจัดงานถนนวัฒนธรรม นอกจากนั้น ในบางกลุ่มซึ่งมีบริการเรือนำ

เที่ยวเกาะและอาหารเย็นนั้น ก็อยู่ในขั้นที่ 8 คือ ประชาชนดูแลและบริหารเอง ซึ่งเป็นขั้นสูงสุดของระดับการมีส่วนร่วม (Arnstein, 1969) นอกจากนี้ ชุมชนยังได้ร่วมกันดูแลบ้านเรือนและพื้นที่สาธารณะบริเวณใกล้เคียงให้สะอาดและช่วยปกป้องดูแลพื้นที่ป่าชายเลนที่ได้ร่วมกันอนุรักษ์ เทศบาลตำบลปากน้ำประแสทำงานเป็นทีมกับประชาชนอย่างเข้มแข็งในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนและพลเมือง

4.6.7 ด้านธรรมาภิบาล: เกะยาวน้อย จ.พังงา

ชุมชนเกาะยาวน้อย เป็นตัวอย่างของชุมชนที่มีการจัดการโดยหลักธรรมาภิบาล โดยการจัดการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล มีดังต่อไปนี้

1) การบริหารจัดการแบบกระจายอำนาจ (Decentralization management) ที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทั้งในเชิงนโยบายและปฏิบัติการ การกระจายบทบาทหรือการแบ่งงานการทำงาน ชุมชนมีการกระจายบทบาทการทำงาน (Division of roles) ออกตามความถนัดของสมาชิกที่เป็นผู้รับผิดชอบ และสอดคล้องกับกิจกรรมที่หลากหลายของการท่องเที่ยว จึงทำให้การบริหารจัดการมีความคล่องตัวและสมาชิกสามารถแสดงบทบาทและศักยภาพในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2561) ชมรมการท่องเที่ยวฯ ได้แบ่งโครงสร้างการทำงานออกเป็น 7 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายติดต่อประสานงานที่แยกออกเป็นฝ่ายติดต่อประสานงานตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ ฝ่ายจัดบ้าน ฝ่ายจัดรถ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี และฝ่ายต้อนรับ ดังนั้น ชมรมการท่องเที่ยวฯ จึงไม่มีประธานชมรมอย่างเป็นทางการ เนื่องจากไม่ต้องการให้เกิดภาพของการรวมอำนาจการสั่งการและตัดสินใจอยู่ที่ผู้นำเพียงคนเดียว แต่เป็นระบบของ “อศวินโต๊ะกลม” มากกว่า

แม้ว่าการดำเนินงานในภาพรวมของชมรมการท่องเที่ยวฯ จะเป็นการดำเนินงานผ่านการประชุมร่วมกันของสมาชิก แต่อยู่ภายใต้การทำงานที่ทุกฝ่ายมีความเท่าเทียมกันในการเสนอความคิดเห็น และสามารถตัดสินใจสั่งการงานที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายของตนเองในบางเรื่องได้โดยไม่ต้องผ่านที่ประชุม หรือ

มีอำนาจในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาตามหน้าที่ความรับผิดชอบของตนได้ แต่ถ้าหากการดำเนินงานบางอย่างต้องเกี่ยวข้องหรืออาจสร้างผลกระทบต่อฝ่ายอื่นๆ หรือสมาชิกโดยส่วนใหญ่ หรือเป็นปัญหาที่เกินกำลังที่จะแก้ไขและตัดสินใจได้ แต่ละฝ่ายก็สามารถนำเรื่องดังกล่าวเข้าสู่ที่ประชุม 9 คำซึ่งเกิดขึ้นทุกๆ 2 สัปดาห์ หรือเดือนละ 2 ครั้ง ดังนั้น ชมรมการท่องเที่ยวฯ จึงไม่มีประธานชมรมอย่างเป็นทางการ เนื่องจากไม่ต้องการให้เกิดภาพของการรวมอำนาจการสั่งการและตัดสินใจอยู่ที่ผู้นำเพียงคนเดียว ซึ่งเป็นลักษณะของการบริหารจัดการแบบรวมอำนาจ (Centralized management)

2) การมีส่วนร่วม (Participation) ของคนในชุมชนทั้งในรูปแบบของการเป็นสมาชิกของชมรมการท่องเที่ยวฯ หรือการสมาชิกของกลุ่มและ/หรือขายอื่นๆ ภายในชุมชน โดยไม่มีการกีดกันการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งในปัจจุบัน (พ.ศ. 2561) ชุมชนมีส่วนร่วมในการกระจายผลประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของสมาชิกในชมรมการท่องเที่ยวฯ รวมถึงการกำหนดกติกาทางสังคมร่วมกันในการให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว (เช่น การควบคุมการขายตัวของโฮมสเตย์ การวางแนวทางปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบ เป็นต้น) เป็นหนึ่งในแนวทางการรักษาและป้องกันการสืกร่อนของทุนสังคมของชมรมการท่องเที่ยวฯ

ทั้งนี้หากพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมตามแบบจำลองการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เสนอโดย Okazaki (2008) พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะยาวน้อยที่ดำเนินการโดยชมรมการท่องเที่ยวฯ มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับการควบคุมโดยชุมชน (Citizen control) โดยชุมชนเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการเพื่อให้บริการการท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งหมด ตั้งแต่การวางแผนจนถึงการตัดสินใจร่วมกันผ่านมติที่ประชุมของชมรม

3) ชมรมมีระบบการทำงานที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ (Transparency and accountability) โดยชมรมการท่องเที่ยวฯ มีฝ่ายการเงินเป็นผู้นำที่กรายรับ-รายจ่ายของชมรม ก่อนยื่นบันทึกรายรับ-รายจ่ายให้ผู้บัญชีเป็นผู้จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของชมรม ซึ่งเป็นบัญชีที่สามารถเข้าใจง่าย และสามารถขอดูและตรวจสอบได้ตลอดเวลาทั้งจากสมาชิกภายในชมรม หรือบุคคลและ/หน่วยงานภายนอก อย่างไรก็ตาม ฝ่ายบัญชีจะรายงานรายรับ-รายจ่ายให้กับสมาชิกทราบอยู่เสมอเมื่อมีการประชุมร่วมกัน ส่วนการใช้จ่ายเงินกองทุนสิ่งแวดล้อมจะต้องขอมติจากที่ประชุมของชมรมก่อนที่จะมีการจัดสรรเงินดังกล่าวไปทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ภายในชุมชน

4) การมีกติากลุ่ม (Community law) ชมรมการท่องเที่ยวฯ มีสมาชิกรวมกันประมาณ 300 คน และเฉพาะกลุ่มสมาชิกที่ให้บริการโฮมสเตย์ ซึ่งมีประมาณ 30 ราย 1 รายจะมีข้อตกลงที่สำคัญร่วมกันว่า “เจ้าของบ้านจะต้องมีอาชีพประมงพื้นบ้านและไม่ใช้เครื่องมือประมงที่ผิดกฎหมาย ต้องสามารถเล่าเรื่องราวประวัติความเป็นมาของกลุ่มและกิจกรรมการปกป้อง พื้นฟู และอนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่ง” และจะต้องมา (หรือส่งตัวแทน) มาร่วมประชุมทุกครั้ง นอกจากนี้ ชมรมยังเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยรูปแบบที่แตกต่างและตามความถนัดของตนเอง

¹ เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “กลุ่มแชร์น้ำอวนปู” เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มได้มีการระดมเงินในลักษณะของแชร์เป็นมูลค่ากว่า 14,000 บาท ซึ่งมีการเปย์แชร์กันทุกครั้งี่ประชุม ยกเว้น หากมีสมาชิกท่านใดมีความจำเป็นต้องใช้เงิน เช่น เจ็บป่วย ซ่อมแซมเครื่องมือทำประมง เป็นต้น ก็จะให้สมาชิกคนดังกล่าวได้รับเงินก่อนนี้ไปโดยไม่ต้องยื่นเปย์แชร์

ชมรมฯ มีมาตรการในการควบคุมและป้องกันผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (Measures to control and prevent natural and cultural impacts) ที่อาจเกิดจากการท่องเที่ยว โดยชมรมได้กำหนดแนวทางปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะยาวน้อยไว้อย่างชัดเจนและจะสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบทุกครั้งที่มาท่องเที่ยวบนเกาะยาวน้อย เช่น การห้ามแต่งตัวล่อแหลมในชุมชน การห้ามเสพหรือดื่มของมึนเมา การห้ามเล่นการพนัน ห้ามเก็บเปลือกหอย ปะการัง การห้ามทิ้งขยะตามแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้แม้ว่าประชาชนส่วนใหญ่ของเกาะยาวน้อยจะนับถือศาสนาอิสลาม และเคร่งครัดต่อข้อห้ามและกฎของชาวมุสลิม แต่วัฒนธรรมดังกล่าวมิได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากคนในชุมชนมีการสื่อสารและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวถึงข้อปฏิบัติขณะที่มาท่องเที่ยวบนเกาะยาวน้อย ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยอมรับและยินดีปฏิบัติตามกฎระเบียบดังกล่าวอย่างเช่นในกรณีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีให้บริการนักท่องเที่ยวเฉพาะที่โรงแรม รีสอร์ท หรือสถานที่พักแรมบางแห่ง หรือร้านอาหารบางร้านเท่านั้น (ไม่ใช่ร้านของมุสลิม) แต่ไม่มีการวางจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อทั้งที่เป็นร้านขายของชำทั่วไป ร้านมินิมาร์ท หรือร้านสะดวกซื้ออย่าง 7/11

นอกจากแนวทางปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวแล้ว เพื่อเป็นลดขยะพลาสติก สมาชิกที่ให้บริการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะใช้ถุงผ้าในการไปจับจ่ายซื้อของในตลาด และมีข้อตกลงร่วมกันว่าจะไม่ใช้ถุงพลาสติกในการบรรจุอาหารที่จะไปให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในขณะที่ไปท่องเที่ยวทะเลและเกาะต่างๆ และทุกครั้งจะต้องเก็บขยะที่เกิดขึ้นขณะที่ไปท่องเที่ยวกลับมาด้วย

5) หลักของความเสมอภาค (Equity) แกนนำของชมรมไม่ได้เป็นผู้ที่ดำรงตำแหน่งทางการเมือง หรือการปกครองของท้องถิ่น ส่วนใหญ่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้สมาชิกรู้สึกถึงความเท่าเทียมกันและกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีในเชิงนโยบายรวมทั้งการแนะนำแนวทางการทำงานของชมรมโดยมีเจ้าหน้าที่ของรัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งองค์กรต่างๆ คอยให้การสนับสนุนการดำเนินงาน แต่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินการ และการตัดสินใจ

สมาชิกทุกคนในชมรมการท่องเที่ยวฯ มีสิทธิอย่างเท่าเทียมกัน หากมีองค์กรและ/หรือหน่วยงานเชิญให้ชมรมการท่องเที่ยวฯ ส่งตัวแทนเข้าร่วมประชุม หรืออบรมเพิ่มเติมความรู้ (มิใช่ส่งเฉพาะแกนนำไปร่วมประชุม) โดยการจัดเรียงลำดับไปศักยภาพและความพร้อมของแต่ละคนที่เป็นตัวแทนของครัวเรือน (ให้แต่ละครัวเรือนส่งตัวแทน 1 คนต่อครัวเรือน) ก่อนที่นำเสนอ (หรือ แจ้ง) ให้ที่ประชุมทราบ (นำเสนอในการประชุม 9 คำ) เพื่อมีมติ (หรือ รับรู้) และตัดสินใจร่วมกันในการคัดเลือกตัวแทนไปประชุมหรืออบรม ทั้งนี้ทุกครั้งที่ตัวแทนไปร่วมประชุมกับหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกหลังจากกลับมาจะต้องรายงาน และพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์และบทเรียนที่ได้มาให้กับสมาชิกในชมรมการท่องเที่ยวฯ และมีโอกาสนำเสนอในการประชุมใหญ่วัน 9 คำ ของทุกเดือน

6) หลักประสิทธิภาพ/ประสิทธิผล เกิดการแบ่งงานกันทำแล้ว สมาชิกของกลุ่มโฮมสเตย์ยังมีการสื่อสารกันภายในกลุ่มผ่านการประชุมร่วมกันเดือนละ 2 ครั้ง โดยประชุมทุก 9 คำ ในเวลาประมาณสามทุ่ม ณ ศูนย์บริการท่องเที่ยวของชมรม และทุกครั้งก่อนรับนักท่องเที่ยวจะมีการประชุมวางแผนการต้อนรับและจัดคิวโฮมสเตย์ การพบปะพูดคุยระหว่างสมาชิกอย่างสม่ำเสมอเป็นหนึ่งในกลไกที่จะช่วยให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิก และช่วยในการประเมิน ปรับปรุง และแก้ไขปัญหาการทำงาน ทำให้การทำงานของชมรมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น สามารถวัดได้จากรายได้และกำไรสุทธิ

7) หลักฉันทามติ (Consensus-oriented) ในการประชุมร่วมกันระหว่างสมาชิกจะมีกฎกติกาอย่างชัดเจนที่เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงและรับฟังความคิดเห็นระหว่างกัน เช่น ไม่พูดด้วยอารมณ์ ไม่แย้งกันพูด การนั่งในวงประชุมไม่ลุกไปมา การห้ามแบ่งกลุ่มย่อยสนทนา เป็นต้น รวมทั้งการอภิปราย การถกเถียงกันด้วยเหตุผล และการค้นหาพูดคุยเพื่อหาทางออกร่วมกันเมื่อเผชิญกับปัญหาหรือความขัดแย้งต่างๆ บนพื้นฐานของวัฒนธรรมมุสลิมและความสัมพันธ์ในลักษณะเครือญาติ ในขณะที่ยวในการประชุมดังกล่าวยังเวทีในการถ่ายทอด แลกเปลี่ยน และจัดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกอีกด้วย

4.7 สรุป

ความแตกต่างของบริบทพื้นที่และทรัพยากรพื้นฐานในชุมชนที่ ทำให้แต่ละพื้นที่มีความโดดเด่นและได้เปรียบแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน โดยพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของธรรมชาติ มักจะได้เปรียบและมีแนวโน้มจะเป็นพื้นที่เพื่อการพักผ่อน เช่น ทะเลบัวแดง แม่กำปอง ประแส เป็นต้น ลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วย ในขณะที่บางพื้นที่โดดเด่นด้านภูมิปัญญาและเป็นพื้นที่ต้นแบบ ก็จะมีแนวโน้มจะเป็นพื้นที่ศึกษาดูงาน เช่น บ้านคลองหัวช้าง บ้านท่าขันทอง บ้านนาอ้อ เป็นต้น ลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นกลุ่มดูงาน หรือบางพื้นที่ที่มีความหลากหลายของทุน ก็จะได้เปรียบในการจัดการท่องเที่ยว เช่น เชียงคาน บ้านนาต้นจั่น ที่มีความหลากหลายของทุนทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญา ทำให้สามารถดึงดูดใจจากลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ส่งผลถึงโอกาสในการสร้างบริการในห่วงโซ่การท่องเที่ยว และการสร้างรายได้ที่แตกต่างกันของแต่ละชุมชน

ปัจจัยพื้นฐานต่างๆ เหล่านี้ นำมาสู่การจัดการท่องเที่ยว เกิดการลงทุนในกลุ่มบริการต่างๆ ในห่วงโซ่การท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร การขนส่ง ของฝาก เป็นต้น เพื่อรองรับผู้ให้บริการ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า กิจกรรม/บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวต่างๆ ค่อนข้างให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า โดยเฉพาะบริการมัคคุเทศก์ การแสดง ฐานเรียนรู้ ที่มีต้นทุนต่ำมาก หรืออาหาร ซึ่งเป็นบริการที่สร้างขนาดผลตอบแทนได้สูงและคืนทุนเร็ว ในขณะที่โฮมสเตย์ ซึ่งรายได้ขึ้นอยู่กับลูกค้า โดยชุมชนที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว การลงทุนในที่พักรวมมีความคุ้มค่าในทุกรูปแบบการลงทุน ในขณะที่บางที่ชุมชนที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มดูงาน ที่มีอาจข้อจำกัดด้านกำลังจ่ายที่ส่งผลต่อรายได้โฮมสเตย์ ทำให้ระดับการลงทุนที่สูงยังไม่สามารถคืนทุนได้ในระยะ 10 ปี และในภาพรวมบริการโฮมสเตย์ยังคืนทุนได้ช้ากว่ากิจกรรม/บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่นๆ ยกเว้นบางพื้นที่ที่มีจำนวนลูกค้าสูงและเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังจ่ายสูง เช่น เชียงคาน และประแส

นอกจากนี้ ในภาพรวม ชุมชนท่องเที่ยวสามารถสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีในการท่องเที่ยว/ดูงานได้เป็นที่พอใจแก่ลูกค้าในพื้นที่ของตน แต่สิ่งที่ลูกค้ายังคงคาดหวังที่จะได้รับจากชุมชนเพิ่มขึ้น คือ วิธีหรืออัตลักษณ์ที่สะท้อนจุดเด่นของชุมชนที่แตกต่างไปจากวิถีปกติของตัวนักท่องเที่ยวเอง เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็เป็นคนในภูมิภาคเดียวกัน รวมถึงช่องทางการเข้าถึงข้อมูลบริการต่างๆ ของชุมชน ที่อาจจะต้องเพิ่มช่องทางที่สะดวกและมีการเคลื่อนไหวข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี การพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่าแต่ละพื้นที่สามารถสร้างจุดเด่น หรือนวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีได้ ซึ่ง

แนวทางเหล่านี้ สามารถเป็นตัวอย่างให้กับชุมชนอื่นๆ สามารถนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับพื้นที่เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตนเองได้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

กระแสการท่องเที่ยววิถีไทยที่ต้องการให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลักไปสู่แหล่งท่องเที่ยวรอง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน ทำให้ส่วนราชการต่างๆ มีการสนับสนุนและส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวชุมชนได้ในประเทศไทยได้มีการเริ่มต้นมาตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 2530 และมีพัฒนาการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งบางพื้นที่ได้ดำเนินการมานานและประสบความสำเร็จ เกิดผลกระทบชัดเจน โดยเฉพาะผลในเชิงเศรษฐกิจ ในบทนี้จึงต้องการสรุปให้เห็นถึงวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวชุมชนจากกรณีศึกษา 21 แห่ง ประกอบด้วยชุมชนโฮมสเตย์ ชุมชนผลิตภัณฑ์ชุมชน และชุมชนกิจกรรมวันเดียว การศึกษานี้ โดยสามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว
- 2) วิธีการจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน
- 3) ผลประโยชน์สุทธิทางเศรษฐกิจที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยว
- 4) พฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 5) บทบาทของภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่น และบทบาทของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชน โดยแต่ละส่วนสามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1 วิวัฒนาการและการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวชุมชนของพื้นที่กรณีศึกษาโดยเฉพาะชุมชนโฮมสเตย์ บางพื้นที่เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากเศรษฐกิจหลักในชุมชนได้ซบเซาลง เช่น การค้าขายแดนของเชียงคาน การประมงที่ประแส การทำเหมืองใบชาของแม่กำปอง เป็นต้น หรือบางพื้นที่ได้รับการคุกคาม เช่น เกาะยาวน้อยถูกคุกคามจากประมงพาณิชย์ หรือมีภาพลักษณ์ชุมชนในเชิงลบ เช่น บ้านสันติชล บ้านร่องกล้า และต้องการใช้การท่องเที่ยวในการสร้างโอกาสใหม่ให้แก่พื้นที่

นอกจากนี้ ยังมีชุมชนอีกส่วนหนึ่งที่สนใจการท่องเที่ยว เนื่องจากเห็นโอกาสจากการพัฒนาผลงานในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่องจนเป็นชุมชนต้นแบบด้านต่างๆ เช่น ชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนสมุนไพร ชุมชนโอท็อป เป็นต้น และต้องการนำทุนเหล่านี้มาพัฒนาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญพื้นฐานในการจัดการท่องเที่ยว คือ ความสมบูรณ์ของทุนประเดิม ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วในชุมชนเป็นทุนเดิม ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและบริบทของชุมชน โดยชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอาศัยความโดดเด่นของทุนธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจ เช่น มีภูเขา ป่า แม่น้ำ เป็นต้น ซึ่งเป็นตัวเสริมทำให้มีบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน ซึ่งหากชุมชนมีทุนทางธรรมชาติที่โดดเด่นมาก เช่น ทะเลที่เกาะยาวน้อย จ.พังงา ทะเลบัวแดง จ.อุดรธานี หรือลำน้ำแซ็ก จ.พิษณุโลก

ชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรเหล่านี้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ทันที แต่หากชุมชนอื่นที่ทุนทางธรรมชาติไม่ได้โดดเด่น อาจเสริมด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่มักแสดงออกมาจากคนในพื้นที่ เช่น อาหาร การแต่งกาย ภาษา วิถีชีวิต เป็นต้น

หรือบางพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นมาก เช่น ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ก็ได้นำเอาเรื่องราวของวีรชนค่ายบางระจันมานำเสนอโดยการสร้างบรรยากาศจำลองช่วงก่อนเสียกรุง หรือบางทุนภูมิปัญญาที่เป็นองค์ความรู้เฉพาะในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น การทอผ้า (บ้านนาต้นจั่น บ้านดง บ้านเชียง) การปรุงสมุนไพร (เกาะเกิด) หรือพื้นที่ที่มีภูมิปัญญาด้านเกษตร เช่น การผลิตข้าวอินทรีย์ (บ้านดอกบัว) ซึ่งก็มักจะได้รับความสนใจจากลูกค้ากลุ่มเรียนรู้หรือคณะดูงาน

อย่างไรก็ตาม แต่ละพื้นที่ก็จะมีจุดเด่นของทุนประเดิมแต่ละอย่างแตกต่างกัน ซึ่งแต่ละชุมชนก็พยายามที่จะค้นหาทุนประเดิมหลายๆ ประเภท เพื่อนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว โดยชุมชนที่มีทุนประเดิมที่โดดเด่นหลายด้าน ย่อมมีความได้เปรียบที่จะพัฒนากิจกรรมให้มีความหลากหลายและน่าสนใจ ซึ่งจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้เวลาทำกิจกรรมอยู่ในพื้นที่ได้นาน เกิดกิจกรรมสืบเนื่องต่างๆ ในห่วงโซ่การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เป็นจำนวนมาก เช่น เชียงคาน ที่มีทั้งทุนธรรมชาติ (แม่น้ำโขง ภูทอก แก่งคุดคู้) ทุนวัฒนธรรม (ย่านบ้านเก่า ตักบาตรข้าวเหนียว) และทุนภูมิปัญญา (มะพร้าวแก้ว) โดยมีนักท่องเที่ยวประมาณ 500,000 คนต่อปี และมีรายได้มากกว่า 1 พันล้านบาทต่อปี

นอกจากจากปัจจัยด้านกายภาพที่เป็นข้อได้เปรียบพื้นฐานของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวชุมชนสามารถขับเคลื่อนขึ้นได้นั้น มักเริ่มต้นมาจากความสนใจของกลุ่มคนเล็กๆ ในชุมชนที่มีความสัมพันธ์กัน และมีความต้องการที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงในชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านนาต้นจั่นที่รวมตัวกันไปเกี่ยวข้าวและจัดงานขันโตกเพื่อหาเงินมาพัฒนาชุมชน หรือชมรมประมงพื้นบ้านเกาะยาวน้อย ที่ร่วมกันขับไล่กลุ่มประมงพาณิชย์อวนลากอวนรุน หรือชุมชนท่าขันทองที่อพยพหนีภาวะภัยแล้งจากภาคอีสานมาอยู่ที่ จ.เชียงราย จะพบว่า กลุ่มเหล่านี้เป็นกลุ่มที่เคยต่อสู้มาด้วยกัน ซึ่งเป็น**ทุนทางสังคม**ที่เป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้เกิดการความร่วมมือร่วมใจและร่วมกันขับเคลื่อนเองในช่วงแรกเริ่มที่ยังไม่มีบุคคลภายนอกมาสนับสนุน

นอกจากนี้ ในกลุ่มจะมีผู้นำกลุ่ม ซึ่งผู้นำในแต่ละพื้นที่จะมีลักษณะร่วมที่สำคัญ คือ มีบทบาทเป็นผู้นำของชุมชน องค์กร หรือกลุ่มในชุมชนอยู่แล้ว เช่น เป็นผู้ใหญ่บ้าน เป็นผู้บริหาร อปท. เป็นประธานกลุ่มแม่บ้าน เป็นผู้อำนวยการโรงเรียน เป็นต้น ซึ่งบทบาทเหล่านี้เป็นข้อได้เปรียบ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มีความรู้ และมองเห็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงเป็นผู้ที่กว้างขวางในสังคม มีเครือข่ายทั้งภายในภายนอกชุมชน ทำให้สามารถติดต่อประสานงาน เจรจาต่อรอง หรือการร้องขอความร่วมมือทำได้ง่าย สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและจัดบริการที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวได้ รวมถึงผลักดันให้เกิดการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง แต่ชุมชนส่วนใหญ่ใช้เวลาานพอสมควรกว่าชุมชนจะสามารถตั้งตัวได้จากการท่องเที่ยว โดยบางชุมชนสามารถเริ่มต้นเป็นชุมชนท่องเที่ยวได้เร็วจากความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ เช่น เกาะยาวน้อย หรือบางชุมชนใช้เวลากว่า 10 ปี โดยเริ่มจากการเป็นชุมชนดูงานก่อน แล้วจึงพัฒนามาเป็นชุมชนท่องเที่ยว เช่น บ้านท่าขันทอง บ้านนาต้นจั่น บ้านคลองหัวช้าง บ้านดอกบัว เป็นต้น

5.2 การจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชน

การจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้กลุ่มสามารถรักษาสถานะของกลุ่มให้คงอยู่และเกิดความร่วมมือกันดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการรวมกันทำงานเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of scale) โดยเฉพาะบริการโฮมสเตย์ที่ต้องอาศัยการรวมบ้านของสมาชิกหลายๆ คนในชุมชน จากการศึกษา พบว่า ชุมชนกรณีศึกษามีรูปแบบการจัดสรรผลประโยชน์ที่แตกต่างกันไปตามบริบทของพื้นที่ โดยเฉพาะชุมชนโฮมสเตย์ ซึ่งมีการกระจายผลประโยชน์ให้สมาชิกทั้งแบบเรียงลำดับคิวสำหรับชุมชนที่มีกลุ่มลูกค้าต่อครั้งจำนวนน้อย หรือการกระจายให้สมาชิกทุกคนเท่าๆ กัน สำหรับชุมชนดูงานที่ลูกค้ามาครั้งละจำนวนมาก หรือใช้ทั้ง 2 รูปแบบร่วมกัน เพื่อจัดสรรให้สมาชิกทุกคนได้รับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมตามแต่โอกาส หรือกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว เช่น กลุ่มเรือทะเลบัวแดง และกลุ่มรณำเที่ยวบ้านร่องกล้า ก็มีการจัดแบ่งลูกค้าตามลำดับคิว นอกจากนี้ บางพื้นที่ยังมีการหักเงินบางส่วนเป็นเงินกองกลางของกลุ่ม เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันภายในกลุ่ม เช่น เป็นเงินทำกิจกรรมของกลุ่ม เงินสวัสดิการยามเจ็บป่วยให้สมาชิกกลุ่ม เงินสำหรับกู้ยืมใช้ยามฉุกเฉิน เป็นต้น บางพื้นที่ยังมีการจัดสรรผลประโยชน์บางส่วนไปสู่บุคคลในชุมชนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มและสาธารณะประโยชน์ สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมพัฒนาและรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมที่อาจจะได้สร้างผลกระทบขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งจะทำให้การจัดการท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเกิดความยั่งยืน อย่างไรก็ตาม พบว่า มีบางพื้นที่ ยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะบริหารจัดการเงินกองกลาง จึงไม่ได้มีการจัดเก็บเงินกองกลาง

5.3 ผลประโยชน์สุทธิทางเศรษฐกิจ

ผลจากดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นรูปธรรม สะท้อนจากขนาดรายได้ที่เกิดขึ้นในแต่ละชุมชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความน่าดึงดูดใจของพื้นที่ที่ส่งผลต่อจำนวนลูกค้าและประเภทของกลุ่มลูกค้า อย่างไรก็ตาม การพิจารณาเฉพาะรายรับอาจจะไม่เห็นผลได้ทั้งหมด เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนส่วนใหญ่ เกิดจากการที่ชาวบ้านนำเงินส่วนตัวมาลงทุน เมื่อพิจารณาการลงทุนของครัวเรือน จะพบว่า โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมที่มีต้นทุนการลงทุนเริ่มแรก (Initial investment cost) สูง สืบเนื่องจากระยะเวลาคืนทุนที่ค่อนข้างช้ากว่ากิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งบางรูปแบบการลงทุน เช่น ต่อเติมบ้าน สร้างใหม่ทั้งหลัง ยังไม่สามารถคืนทุนได้ภายใน 10 ปี สำหรับบางพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานของครัวเรือนที่ทำโฮมสเตย์ส่วนใหญ่มีกำไรสุทธิที่เป็นบวก โดยเฉพาะบ้านที่มีการลงทุนปรับปรุงน้อย (ใช้ประโยชน์จากบ้านเดิม) แต่สำหรับกรณีที่มีการลงทุนปรับปรุงมาก (มีการต่อเติม) และลงทุนสร้างใหม่ทั้งหลัง พบว่า ยังมีผู้ลงทุนบางรายที่ขาดทุน โดยพบว่ามีกำไรสุทธิในกรณีโฮมสเตย์ที่มีการลงทุนปรับปรุงเล็กน้อย มีค่าอยู่ระหว่าง 5.05 - 50.81 บาทต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท ในขณะที่กรณีปรับปรุงมากและสร้างใหม่ มีการขาดทุนสุทธิสูงสุดถึง 237.00 บาทต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท และมีกำไรสุทธิสูงสุด 73.22 บาทต่อรายได้ทุกๆ 100 บาท

อย่างไรก็ดี เจ้าของโฮมสเตย์มักไม่คำนึงถึงการต้นทุนลงทุนด้านสิ่งก่อสร้างว่าเป็นส่วนหนึ่งของการขาดทุน เพราะถือว่าการลงทุนเพื่อประโยชน์ส่วนตนด้วย คือ เป็นการสร้างบ้านเรือนรอลูกหลาน หรือเป็นการลงทุนในการเก็บทรัพย์สินของตัวเอง (Store of Value) ไว้ในรูปที่พักอาศัย เนื่องจาก

เป็นสินทรัพย์ที่ใช้ร่วมกันระหว่างเจ้าบ้านกับลูกค้า ดังนั้น เจ้าของที่พักโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จึงค่อนข้างที่จะพอใจกับผลกำไรสุทธิที่ได้ แม้ว่าจะมีขนาดค่อนข้างต่ำก็ตาม

นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อขนาดผลตอบแทนโฮมสเตย์ คือ ขนาดตลาดและความถี่ที่นักท่องเที่ยวเข้าพัก ซึ่งจะมีผลต่อจำนวนลูกค้าที่จะได้รับในแต่ละปี รวมถึงลักษณะของกลุ่มลูกค้า กล่าวคือ หากเน้นตลาดลูกค้านักท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพบริการ แนวโน้มการลงทุนมักจะสูงตามไปด้วย (เช่น ชื้อเตียง ที่นอนหนาๆ ผ้าห่มสีขาว ในห้องติดแอร์) ในขณะที่ลูกค้ากลุ่มงานที่ลูกค้าอาจจะไม่ได้คาดหวังในคุณภาพบริการสูงมาก ระดับการลงทุนก็จะน้อยลง (เช่น ใช้ฟูกนอนเรียงกัน ไม่ใช่เตียง ใช้พัดลมตั้งโต๊ะ) ซึ่งกลุ่มลูกค้า ก็มีผลต่อกำหนดราคาบริการด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่เป็นกลุ่มงานมักจะมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ซึ่งอาจจะตั้งราคาได้จำกัด 200-300 บาทต่อคนต่อคืน และมักจะราคาแบบต่อหัว ในขณะที่เป็นลูกค้านักท่องเที่ยว ซึ่งก็มีทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวสายอ่อนและสายแข็ง การตั้งราคาทำได้หลากหลายมากกว่า โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวสายแข็งอาจจะคิดราคาต่อหัว แต่นักท่องเที่ยวที่เป็นสายอ่อนต้องการความสะดวกสบาย ความเป็นส่วนตัว ต้องการบริการที่มากกว่าโฮมสเตย์ทั่วไป และมีเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความยินดีจ่ายสูง ก็จะสามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น และมักจะขายเป็นห้อง ห้องละ 600 – 1,800 บาทต่อคืน ซึ่งบางแห่งมีการจัดเตรียมบริการในระดับที่เทียบเท่ากับโรงแรมขนาดเล็ก จะพบว่า ประเภทของกลุ่มลูกค้ามีความสัมพันธ์กับระดับการลงทุน

สำหรับผลวิเคราะห์ผลตอบแทนรายบริการ พบว่า กิจกรรมมัคคุเทศก์และกิจกรรมฐานเรียนรู้จะให้ผลตอบแทนสุทธิค่อนข้างสูง เพราะมีต้นทุนการลงทุนน้อยและส่วนใหญ่เป็นการต่อยอดทุนเดิมที่เคยมีอยู่แล้ว ส่วนกิจกรรมที่ให้ผลตอบแทนสุทธิค่อนข้างที่จะดีมากและสอดคล้องกันเกือบทุกชุมชนก็คือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว

จะพบว่า กิจกรรมโฮมสเตย์ไม่ได้เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนสุทธิสูงสุด เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ต้องลงทุนเริ่มแรกสูง ซึ่งการลงทุนจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความพร้อมพื้นฐานของบ้านโฮมสเตย์ของแต่ละครัวเรือนว่าต้องปรับปรุง ต่อเติม หรือสร้างใหม่ รวมถึงต้องลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆ เช่น เตียง เครื่องนอน เครื่องใช้แขก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มจะมีความในการกระจายรายได้สมาชิกทุกคนได้อย่างเท่าเทียมกัน แต่ว่าชาวบ้านที่ลงทุนโฮมสเตย์แต่ละคนมีต้นทุนการลงทุนที่แตกต่างกัน ทำให้สมาชิกบางคนเริ่มหาตลาดเองเมื่อมีโอกาส โดยเฉพาะคนที่ลงทุนสูง เช่น ให้เบอร์โทร นามบัตร หรือ Facebook สำหรับให้ลูกค้าติดต่อผ่านบ้านโดยตรง หรือมีการนำบ้านไปขายในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี มีข้อสังเกตว่า ในพื้นที่ที่ลูกค้าส่วนใหญ่มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อไปเที่ยวพักผ่อน จะพบว่า ในพื้นที่เหล่านั้น ได้แก่ เชียงคาน ประแส นาต้นจัน เกาะเกิด เป็นพื้นที่ที่การลงทุนในบริการที่พักทุกรูปแบบมีความคุ้มค่าในการลงทุน ในขณะที่บางพื้นที่ที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน การลงทุนเพียงแค่ต่อเติมบ้าน ก็ยังไม่ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าได้ สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการขนาดรายได้ และขนาดการลงทุน ดังนั้น การลงทุนควรพิจารณาลักษณะตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้มีการลงทุนนั้นสอดคล้องกับรายรับที่จะได้มา

5.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลสะท้อนกลับจากการดำเนินงานประการหนึ่ง คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในการศึกษา นี้ได้สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อบริการต่าง ๆ ของชุมชนโฮมสเตย์จำนวน 17 แห่ง จะพบว่า ในภาพรวม ชุมชนท่องเที่ยวกรณีศึกษาทุกแห่งสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เกินกว่า ร้อยละ 50 และเมื่อพิจารณารายด้าน จะพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญ และชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่าที่คาดหวัง คือ ด้านสภาพแวดล้อม และบรรยากาศการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งหมายรวมถึงความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย สภาพอากาศ หรือความรื่นรมย์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญที่จะทำให้ นักท่องเที่ยว เกิดความรู้สึกผ่อนคลายเมื่อมาถึงและใช้ชีวิตอยู่ในชุมชน สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนส่วนใหญ่สามารถ จัดการสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในชุมชนได้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเดินทางของลูกค้ำ (มาท่องเที่ยว/ มาดูงาน) อย่างไรก็ดี ในด้านวิถีชีวิต/ อัตลักษณ์ชุมชน และด้านช่องทางการติดต่อ/ เข้าถึง ข้อมูลบริการ พบว่า ยังมีเพียงชุมชนส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถดำเนินงานได้ดีเกินความคาดหวังของ นักท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้รับประสบการณ์ด้านวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของ ชุมชนเท่าที่ควร รวมถึงยังคงมีปัญหาการเข้าถึงข้อมูลบริการ ที่พื้นบางแห่งพบว่าช่องทางการติดต่อไม่มี ความหลากหลาย หรือข้อมูลที่ให้ไว้ไม่เป็นปัจจุบัน

สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยววันเดียว พบว่า ปัจจัยที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสวยงาม บรรยากาศ ความรื่นรมย์ รวมถึงปัจจัยสนับสนุนการทำกิจกรรม เช่น ความปลอดภัยในการทำ กิจกรรม สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้สูงมาก อย่างไรก็ดี ในด้านการจัดรองรับใน ภาพรวมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรม เช่น ความเพียงพอของพื้นที่จอดรถ ป้าย การจัดการร้านค้า ยังคงสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

5.5 บทบาทของหน่วยงาน/ อปท.

การท่องเที่ยวชุมชนยังได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาทั้งทางตรง และทางอ้อม โดยเฉพาะบทบาทของภาครัฐที่มาอย่างต่อเนื่อง ทั้งก่อนและหลังการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยการส่งเสริมก่อนที่ชุมชนจะจัดการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมตามวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงอุตสาหกรรม หรือกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมุ่งส่งเสริมกลุ่มอาชีพ และ กลุ่มภูมิปัญญาต่างๆ ในชุมชนชนบท เช่น กลุ่มทอผ้า กลุ่มสมุนไพร กลุ่มข้าวอินทรีย์ เป็นต้น การ สนับสนุนดังกล่าวมีส่วนช่วยทำให้ภูมิปัญญาเหล่านี้มีความโดดเด่น และส่งเสริมศักยภาพของคนในชุมชน จากการฝึกอบรม และสามารถใช้เป็นทุนประเดิมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในเวลาต่อมา ถือเป็น การเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนที่ไม่ได้มีทุนท่องเที่ยวโดยตรงในการต่อยอดมาสู่การจัดการท่องเที่ยว

ต่อมาเมื่อชุมชนเริ่มต้นจัดการท่องเที่ยวและเป็นกลุ่มรูปธรรมมากขึ้น ก็จะเริ่มมีหน่วยงานเข้ามา ให้ความช่วยเหลือ เช่น สถาบันการศึกษา ที่เข้ามาสนับสนุนองค์ความรู้เชิงวิชาการ เพื่อพัฒนาศักยภาพ ชาวบ้าน พัฒนามาตรฐานการให้บริการท่องเที่ยว และเป็นที่ปรึกษาให้ชุมชน โดยชุมชนที่เป็นชุมชน ท่องเที่ยว มักจะให้ความสนใจกับการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวตามข้อกำหนดของกรมการ ท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยชุมชนท่องเที่ยวที่ผ่านการประเมิน จะมีโอกาสได้รับการ

สนับสนุนจากกรมฯ เช่น สามารถเขียนโครงการเพื่อขอรับงบในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ในภายหลัง ยังพบว่ามีหลายหน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงวัฒนธรรม (ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม) กระทรวงอุตสาหกรรม (หมู่บ้านท่องเที่ยวอุตสาหกรรม) กระทรวงมหาดไทย (ชุมชนท่องเที่ยวโอท็อป) เป็นต้น รวมถึงธนาคารของรัฐ เช่น ธนาคารออมสิน (GSB smart homestay) และ ธกส. เป็นต้น มีข้อสังเกตว่า ชุมชนท่องเที่ยวที่มีศักยภาพย่อมมีโอกาสค่อนข้างมากในการได้รับการสนับสนุนจากภายนอก

สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ส่วนใหญ่ แม้จะไม่ได้มีบทบาทโดยตรงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน แต่ผลจากหน้าที่ในการพัฒนาพื้นที่ก็มีผลทางอ้อมที่เอื้อให้การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนสะดวกมากขึ้น เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคในชุมชน การจัดกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

5.6 แนวทางปฏิบัติที่ดีในชุมชนกรณีศึกษา

จากกรณีศึกษา จะพบว่า มีหลายพื้นที่ที่มีผลงานโดดเด่นที่สามารถเป็นตัวอย่างในการดำเนินงานให้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ ได้แก่

1) **ด้านการตลาด** ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการสื่อสารแบรนด์ โดยการนำเอาเรื่องราวของวีรชนบ้านระจันมาเป็นจุดขายและจำลองบรรยากาศในรูปแบบตลาด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีอารมณ์ร่วมไปกับบรรยากาศของชาวยุคในอดีตรูปแบบตลาด เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีอารมณ์ร่วมไปกับบรรยากาศของชาวยุคในอดีตรูปแบบตลาด เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีอารมณ์ร่วมไปกับบรรยากาศของชาวยุคในอดีตรูปแบบตลาด เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีอารมณ์ร่วมไปกับบรรยากาศของชาวยุคในอดีตรูปแบบตลาด

2) **ด้านการจัดการสารสนเทศหรือนวัตกรรมบริการ** บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้า โดยเฉพาะ Facebook ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก บ้านนาต้นจั่นใช้ Facebook ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน แจ้งข้อมูลบริการท่องเที่ยว และเปิดช่องให้ติดต่อกับกลุ่มผ่าน Facebook ด้วย โดยมีผู้ดูแล Facebook ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ทำหน้าที่ในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจดึงดูดใจ มีการตอบโต้และความเคลื่อนไหวตลอดเวลา แนวทางปฏิบัตินี้ น่าจะทำได้ในทุกชุมชน แต่อาจจะต้องอาศัยกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อพัฒนารูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจติดตาม ซึ่งจะช่วยให้เกิดการบอกต่อในสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงมีความสะดวกในการสอบถามข้อสงสัยและการตอบโต้กันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน

3) **ด้านการควบคุมคุณภาพบริการ** ชุมชนบ้านท่าช้างทอง จ.เชียงราย เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการรักษามาตรฐานบริการ โดยการกำหนดข้อตกลงร่วมกันเพื่อรักษาระดับมาตรฐานของแต่ละบ้านไม่ให้แตกต่างกันมากนัก และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวได้ไม่ว่าได้พักในบ้านหลังใดก็ตาม ซึ่งเป็นแนวทางที่น่าจะนำไปปรับใช้ได้ เพราะบางพื้นที่แต่ละบ้านมีมาตรฐานที่แตกต่างกันมากๆ ในระดับ

ราคาเท่ากัน ย่อมทำให้เกิดการเปรียบเทียบ โดยบ้านที่มีมาตรฐานสูงกว่าก็มักจะมีโอกาสมากกว่า ซึ่งอาจทำให้การกระจายอย่างเท่าเทียมในเชิงปฏิบัติมาข้อจำกัด เพราะต้องทำตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

4) **ด้านการจัดสรรผลประโยชน์** กลุ่มเรือบ้านเตียม จ.อุดรธานี บ้านดอกบัว จ.พะเยา เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการจัดสรรผลประโยชน์ไปสู่สาธารณะ เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวมักจะดำเนินการโดยกลุ่มท่องเที่ยว ที่แม้จะมีการขยายเครือข่ายผู้ได้รับผลประโยชน์และสร้างรายได้ไปยังผู้ให้บริการในห่วงโซ่บริการ เช่น อาหาร การแสดง ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น แต่ก็ยังมีผู้ที่อาจได้รับผลกระทบจากการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนที่ไม่ใช่คนในกลุ่มหรือเครือข่ายท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยวอาจจะอาศัยการใช้พื้นที่สาธารณะในชุมชน เช่น ถนน หรือลานกิจกรรมชุมชน ซึ่งอาจจะสร้างผลกระทบเชิงลบ ก่อความรำคาญหรือความไม่สะดวกให้กับคนอื่น ๆ หรือก่อให้เกิดปัญหาขยะ เป็นต้น ซึ่งการแบ่งผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวบางส่วนมาใช้เพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นเหมือนกันนำผลเชิงบวกมาชดเชยผลเชิงลบ ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานมีแนวโน้มเกิดความยั่งยืน อย่างไรก็ดี การหักเงินบางส่วนนี้ต้องมีความชัดเจนและโปร่งใสว่านำไปใช้เพื่อประโยชน์อะไร และเป็นความยินดีของสมาชิกทุกคนในกลุ่ม เพื่อลดข้อสงสัยจากการเก็บเงินกองกลาง

5) **ด้านการจัดการแหล่งเรียนรู้** ตำบลอุโมงค์ จ.ลำพูน เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการพัฒนาวัฒนธรรมชุมชนอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากเทศบาลตำบลอุโมงค์ได้ผ่านกระบวนการค้นหาทุนและทำวิจัยชุมชนจนทราบปัญหาและความต้องการของชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ถูกฝึกฝนจากการเป็นเครือข่ายชุมชนสุขภาวะภายใต้การสนับสนุนของ สสส. ทำให้มีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอจากพื้นฐานทุนที่มีความพร้อม เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาและบริการชุมชนแบบใหม่ ๆ ทำให้เป็นที่สนใจของชุมชนอื่นๆ ที่ต้องการมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้ตำบลอุโมงค์ยังคงเป็นพื้นที่ยอดนิยมในการศึกษาดูงาน แนวทางปฏิบัตินี้ อาจจะอาศัยการเรียนรู้กระบวนการสะสมทุน ค้นหา และรวบรวมทุนในชุมชนไว้อย่างเป็นระบบ รวมถึงเข้าใจวิธีการใช้ข้อมูลชุมชนเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของคนในชุมชน และต้องการการพัฒนาบุคลากรพอสมควร เพื่อนำไปสู่การคิดค้นและออกแบบนวัตกรรมใหม่ ๆ

6) **ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย อบท.** ประแส จ.ระยอง เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเทศบาลตำบลปากน้ำประแส เล็งเห็นแล้วว่า ชุมชนมีโอกาสในด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีทุนทางการท่องเที่ยวหลากหลาย และเป็นพื้นที่ทำกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ป่าชายเลน จึงได้มีการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และทำให้เกิดการต่อยอดการท่องเที่ยวในเวลาต่อมา แนวทางปฏิบัตินี้ อาจมีข้อจำกัด เนื่องจากแต่ละชุมชนจะมีความจำเป็นเร่งด่วนในเรื่องที่จะพัฒนาไม่เหมือนกัน ทำให้ไม่สามารถส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคพื้นฐาน มักจะเป็นพื้นฐานในการพัฒนาของแต่ละชุมชนอยู่แล้ว และอาจจะเอื้อประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวด้วย

7) **ด้านธรรมาภิบาล** เกาะยาวน้อย จ.พังงา เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นด้านการบริหารจัดการที่อาศัยหลักธรรมาภิบาล คือ มีการกระจายอำนาจหน้าที่ให้สมาชิกแต่ละคนรับผิดชอบความความถนัด เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม กลุ่มมีการทำงานที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ มีการกำหนดกฎกติกาของกลุ่ม ให้สิทธิที่เท่าเทียมกันแก่สมาชิกทุกคน มีการแบ่งงานกันทำ และอาศัยหลักฉันทามติเมื่อต้องมี

การตัดสินใจร่วมกัน แนวทางเหล่านี้ มีรายละเอียดปลีกย่อยค่อนข้างมากกว่าจะทำให้การบริหารจัดการมีธรรมาภิบาลในแต่ละมิติ ซึ่งอาจต้องใช้ระยะเวลา และปรับให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้แต่ละชุมชนอาจจะต้องเริ่มต้นพิจารณาเป็นเรื่องๆ ที่สามารถดำเนินการได้ก่อน และควรจะเป็นวิธีที่ทุกฝ่ายเห็นชอบ

อย่างไรก็ตาม แนวทางปฏิบัติที่ดีของชุมชนหนึ่ง อาจจะได้ไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับทุกชุมชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทชุมชน ความพร้อม หรือข้อจำกัดของชุมชน

5.7 ข้อเสนอแนะ

5.7.1 แนวทางสำหรับนักพัฒนา

สำหรับขอบเขตของนักพัฒนา จะหมายรวมถึงนักวิชาการ และข้าราชการส่วนภูมิภาคที่จะเข้าไปพัฒนาและทำงานร่วมกับชุมชนในแง่ของการท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งนักพัฒนาในภาคเอกชนที่มีความตั้งใจไปรวมกิจกรรมเชิงสังคมกับชุมชน โดยมีแนวทางที่จะเสนอแก่กลุ่มนักพัฒนาเหล่านี้ ดังนี้

- ผู้พัฒนาควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพพื้นฐานของชุมชนนั้น ว่าพื้นที่มีความเหมาะสมกับพัฒนาการท่องเที่ยวหรือไม่ มีปัจจัยพื้นฐานแห่งความสำเร็จหรือไม่ โมเดลของชุมชนที่ประสบความสำเร็จต้องมีทำเลที่ตั้งที่ใกล้เคียงเส้นทางท่องเที่ยวหลัก คือ ห่างจากถนนสายหลักไม่เกิน 30 กิโลเมตร มีสิ่งดึงดูดใจที่เป็นแม่เหล็กอยู่ใกล้เคียงชุมชนหรืออยู่ในตัวชุมชนนั่นเอง หรือมีฐานะเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เช่น มีอัตลักษณ์ของชนเผ่า หรือมีอากาศหนาวเย็น เป็นจุดดูทะเลหมอก มีชายหาด เกาะแก่ง และทะเล ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุด คือ ทิศทางสังคม กล่าวคือ มีความรักความสามัคคีของกลุ่ม มีความไว้วางใจในผู้บริหารกลุ่ม ข้อพึงระวังก็คือจะต้องตระหนักว่าไม่ใช่ทุกชุมชนสามารถพัฒนาเป็น ชุมชนท่องเที่ยวได้เสมอไป ความพยายามที่จะพัฒนาโดยไม่ดูศักยภาพชุมชน อาจจะทำให้ชุมชนต้องลงทุนไปอย่างเสียเปล่า

- นักพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวควรมีความเข้าใจเศรษฐกิจท่องเที่ยวของชุมชน โดยเฉพาะประเภทตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อรายรับ ต้นทุนการลงทุนของชาวบ้านทั้งทางตรงและทางอ้อม และผลตอบแทนสุทธิ เพื่อที่จะได้ให้คำแนะนำแก่ชาวบ้านได้อย่างถูกต้อง

- การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีการจับคู่ตลาดที่ถูกต้อง กล่าวคือ นักพัฒนาจะต้องวิเคราะห์ว่าชุมชนท่องเที่ยวที่จะพัฒนานั้นควรมีเป้าหมายเป็นตลาดประเภทใด กล่าวคือ เป็นตลาดสำหรับกลุ่มศึกษาดูงาน เป็นตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หรือเป็นตลาดแบบผสม เพื่อจะได้เป็นทิศทางในการกำหนดการจัดเตรียมบริการ การทำการตลาด และพัฒนาระบบรองรับที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

- ต้องมีการวางแผนและพัฒนาทักษะตลอดห่วงโซ่อุปทาน เช่น ความรู้ ทักษะในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และทัศนคติด้านการบริการมาตรฐานการให้บริการ ชีตความสามารถในการสื่อสาร การติดต่อกับหน่วยงานภายนอกและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ควรมีการถ่ายทอดทักษะทั้งในระดับปฏิบัติการและในระดับบริหารด้วย

- เพิ่มทักษะในการออกแบบพื้นที่และการจัดภูมิทัศน์ เช่น การจัดพื้นที่สาธารณะ ริมหาด ริมน้ำให้มีความสวยงาม ระวังการปลูกสร้าง เช่น ห้องน้ำ และการติดป้ายต่างๆ ที่รบกวนสายตา หรือ อาจบดบังทัศนียภาพที่สวยงาม
- เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัย เนื่องจากเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึง รวมถึง การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท เช่น ป้ายบอกทาง ถนน แสงสว่างสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
- ชุมชนควรได้รับการส่งเสริมในการหารูปแบบและกิจกรรมใหม่ๆ แม้ว่าชุมชนจะมีกิจกรรม ที่โดดเด่นจากการสะสมภูมิปัญญาหรือการบริหารจัดการ และนวัตกรรมต่างๆ ที่ผ่านมา แต่เมื่อเวลาผ่านไป กิจกรรมเหล่านี้ได้ขยายตัวออกไปและรู้จักกันในวงกว้างแล้ว ทำให้มีความน่าสนใจลดลง เพราะการ ท่องเที่ยวชุมชนก็เหมือนกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ต้องสร้างสินค้าและบริการใหม่อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น จึงควรจะต้องหากิจกรรมใหม่ๆ เข้ามาเสริม โดยเฉพาะชุมชนที่อยู่นอกเขตเมือง ก็ต้องหากิจกรรม ในเวลาว่างนอกเหนือไปจากการขายศรีสู่ขวัญ เช่น การดูดาว การเล่นกีฬานานพื้นบ้านรอบกองไฟ หนึ่ง ตะลุงยุคใหม่ หรือนวดไทย เช่น นวดเท้า นวดตัว การทำสปาแบบกระโจมสมุนไพร การนวดหน้า เป็นต้น หรือกรณีของบ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี ซึ่งมีการปรับจากการดูงานเป็นการท่องเที่ยวแบบค่ายเยาวชน การท่องเที่ยวเชิงป่าเพื่อประโยชน์ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และผจญภัยไฟเร็นนุ เป็นต้น
- สนับสนุนและเผยแพร่วิธีการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม การจัดสรรผลประโยชน์ ที่ไม่เป็นธรรมเป็นที่มาของความขัดแย้งและความล้มเหลวของชุมชนท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นที่ชุมชน ท่องเที่ยวต้องศึกษาหาความรู้ถึงวิธีการจัดสรรผลประโยชน์ที่เหมาะสมกับบริบทชุมชนของตน รวมทั้งหา วิธีการที่จะให้ชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของชุมชนในพื้นที่ของตนว่าได้รับ ผลประโยชน์ ผลกระทบ และมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชุมชนตนเอง มากน้อยเพียงใด
- การพัฒนาทุนมนุษย์ ควรมีการพัฒนางานวิจัยและพัฒนาด้านนวัตกรรมบริการระดับ ชุมชนใหม่ เช่น Spa by CBT ซึ่งต้องเป็นการออกแบบตลอดห่วงโซ่อุปทานใหม่ให้มีความเป็นพื้นที่ และ ประหยัดทรัพยากร เช่น อาจจะทำกระโจมมาประยุกต์ใช้ รวมถึงการนำแกนนำไปพบปะและแลกเปลี่ยน ความรู้กัน การพัฒนาคนรุ่นใหม่ ที่จะกลับมาช่วยชุมชนในด้านประสานกับโลกสารสนเทศและการตลาดได้ ง่ายขึ้น ส่วนการให้ความรู้และฝึกอบรมโดยการให้มีการไปท่องเที่ยวแลกเปลี่ยนความรู้กันนั้นเป็นเรื่องดี แต่ถ้ามักเกินไปก็จะกลายเป็นการสร้างอุปสงค์เทียม ทำให้ชุมชนเข้าใจผิดถึงขนาดของผลรายได้ที่จะ ได้รับและมีการลงทุนที่ผิดพลาดตามไปด้วย

5.7.2 แนวทางสำหรับภาครัฐ (ส่วนกลาง)

สำนักนายกรัฐมนตรีร่วมกับ กระทรวงมหาดไทยและ กระทรวงท่องเที่ยวควรมีการให้ความรู้ ผู้ว่าราชการจังหวัดและผู้บริหารระดับสูงในจังหวัดในพื้นที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับการจัดการด้านท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้าง ความ สมดุลระหว่างอุปสงค์กับ อุปทาน ความแตกต่างระหว่างศักยภาพของแต่ละพื้นที่ โดยใช้ดัชนีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

ผลกระทบจากการท่องเที่ยว ตลอดจนลักษณะของตลาดทั้งไทยและต่างประเทศรวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งนี้ควรให้ความสำคัญกับความรู้สึกของคนไทยในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

1) ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

- **สำนักนายกรัฐมนตรี** ควรจัดประชุมผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงต่างๆ เพื่อให้ผู้บริหารระดับกระทรวงเข้าใจถึงความสำคัญของการบูรณาการการจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยอาจจัดทำเป็น workshop ที่ให้ทำโจทย์ร่วมกันจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ

- **กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงมหาดไทย** ควรจัดให้ความรู้แก่ผู้ว่าราชการจังหวัดและผู้บริหารระดับสูงขององค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ตลอดจนเทศบาลในเมืองท่องเที่ยวหลักทั่วประเทศ เนื้อหาการให้ความรู้ควรเน้นการพัฒนาต้องสอดคล้องตามตามบริบทของชุมชนสืบเนื่องจากบริบทและรูปแบบของชุมชนท่องเที่ยวมีความหลากหลาย การเข้าไปพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวแบบนโยบายสูตรเดียวไม่น่าจะมีประสิทธิผล ยกเว้นจะเป็นการลงทุนด้านสาธารณูปโภคตามความต้องการของชุมชน ซึ่งจะทำให้ทุกคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ร่วมกัน ส่วนการส่งเสริมและพัฒนา นั้น อาจทำผ่านการวิจัยและพัฒนาของสถาบันการศึกษา ซึ่งจะมีเวลาให้มากกว่า มีความละเอียดอ่อน และอ่อนไหวต่อบริบทพื้นที่มากกว่า แต่ข้อควรระวังในการใช้สถาบันอุดมศึกษาก็คือ นักวิจัยมักมีความเข้าใจการตลาดและบริบทของตลาดไม่เพียงพอ และพัฒนาชุมชนไปตามความคิดเห็นของตนเองมากกว่าปัจจัยทางการตลาด

2) ด้านการบริหารจัดการ

- **กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น** ควรสนับสนุนงบประมาณด้านการจัดการขยะให้ชุมชนท่องเที่ยวเป็นพิเศษ โดยเฉพาะกลุ่มที่รับนักท่องเที่ยวรายวัน ซึ่ง อปท. ไม่สามารถจัดเก็บค่ากำจัดขยะจากโรงแรม รวมทั้งให้ความรู้ด้านการจัดการ การลงทุนวิจัยและพัฒนา เพื่อรองรับขยะจากการบริโภคของสดและของเสียที่มีความชื้นสูง

- **กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น** ควรสนับสนุนให้ท้องถิ่นที่มีศักยภาพจัดทำแผนท่องเที่ยวระยะปานกลางและระยะยาว คือ 5-10 ปี เพื่อให้สามารถวางแผนการพัฒนาสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในระยะยาว

- **ควรสนับสนุนชุมชนท่องเที่ยวด้านสาธารณูปโภค** จากการทบทวนวรรณกรรมของนักคิดค้นตำรับเรื่องทุนทางสังคม ซึ่งเป็นแก่นหรือฐานของการท่องเที่ยวชุมชนนั้น และจากประสบการณ์ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีความสอดคล้องกันว่า ทุนทางสังคมเกิดจากการสะสมประสบการณ์ของชุมชน ดังนั้น นโยบายสาธารณะที่เข้ามาจากภายนอกจะทำได้ค่อนข้างจำกัด การสนับสนุนชุมชนไม่ควรอุดหนุนงบประมาณโดยตรง ควรอุดหนุนสาธารณูปโภคพื้นฐานหรือโครงการที่ชุมชนมีความต้องการร่วมกัน โดยเฉพาะด้านการเข้าถึง เช่น การจราจร เพราะจะให้ผลประโยชน์ต่อทุกคนในชุมชน ไม่เพียงแต่ผู้ที่มีกิจการในด้านการท่องเที่ยว สาธารณูปโภคนี้ก็จะลดผลกระทบที่เคยมีกับชุมชนอื่นๆ โดยรอบ เช่น การลดฝุ่นของการเข้าถึงในชุมชนก่อนถึงและชุมชนท่องเที่ยว ทั้งนี้จะให้ความช่วยเหลือก็ต่อเมื่อชุมชนมีแผนจัดการดูแลความสะอาดที่ชัดเจน สำหรับห้องน้ำอาจจะพิจารณาสร้างห้องน้ำให้แก่ร้านค้าของชุมชน หรือ

ศูนย์การเรียนรู้ หรืออุดหนุนเอกชนให้มีผู้ทำความสะอาดเป็นประจำ เช่น บ้านพิมาน ที่ชุมชนบ้านเชียง จ. อุดรธานี และตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ. สิงห์บุรี

- การพัฒนาต้องสอดคล้องตามตามบริบทของชุมชน สืบเนื่องจากบริบทและรูปแบบของชุมชนท่องเที่ยวมีความหลากหลาย การเข้าไปพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวแบบนโยบายสูตรเดียวไม่น่าจะมีประสิทธิผล ยกเว้นจะเป็นการลงทุนด้านสาธารณูปโภคตามความต้องการของชุมชน ซึ่งจะทำให้ทุกคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ร่วมกัน ส่วนการส่งเสริมและพัฒนานั้น อาจทำผ่านการวิจัยและพัฒนาของสถาบันการศึกษา ซึ่งจะมีเวลาให้มากกว่า มีความละเอียดอ่อน และอ่อนไหวต่อบริบทพื้นที่มากกว่า แต่ขอควรระวังในการใช้สถาบันอุดมศึกษาก็คือ นักวิจัยมักจะมีอารมณ์อ่อนไหวด้านการตลาดและเข้าใจบริบทของตลาดน้อย และพัฒนาชุมชนไปตามความคิดเห็นของตนเองมากกว่าปัจจัยทางการตลาด

5.7.3 แนวทางสำหรับชุมชนท้องถิ่น

1. การสร้างแพ็คเกจกิจกรรม

จากผลการศึกษาภาคสนาม แสดงให้เห็นแนวโน้มตรงกันว่านักท่องเที่ยวชุมชนจะมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากขึ้นในอนาคต และจะมาแทนที่การศึกษาดูงาน ซึ่งหากชุมชนไม่มีนวัตกรรมที่จะดึงดูดให้เกิดการศึกษาดูงานรอบใหม่ การท่องเที่ยวในส่วนนี้จะค่อยๆ ลดบทบาทความสำคัญลง ในขณะที่ชุมชนก็ได้เตรียมการที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นพิเศษ คือ อาหาร กิจกรรม กาแฟ บรรยากาศ จึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- **อาหาร** อาหารเป็นจุดขายหลักของหลายชุมชน โดยเฉพาะชุมชนโฮมสเตย์และอนุรักษ์เกาะยาวน้อย ซึ่งเป็นชุมชนที่มีผักสวนครัวในบ้าน อาหารที่สดปรุงใหม่และเป็นปราศจากสารอินทรีย์ เช่น การนำเสนอไข่ไก่และผักสด ผักหวานและผักเหลียงจากสวนครัวหลังบ้าน ปลาและหอยจากกระชังของชาวประมงเจ้าบ้าน เป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือน โดยเฉพาะผู้ที่มาจากเมืองใหญ่ นอกจากนี้ อาหารยังเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม การสร้างความหลากหลายให้กับเมนูอาหารเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากอาหารบางประเภทที่เป็นอาหารดั้งเดิมของท้องถิ่น เช่น น้ำพริก ขนมหั้วตฤติบที่ไม่เป็นที่รู้จัก ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นหรือเด็กๆ อาจจะไม่คุ้นเคย ดังนั้น อาจมีการสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ที่เป็นเมนูอาหารทั่วไป แต่ยังคงใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ยำเมี่ยงใบชา เป็นต้น หรือการนำเสนออาหารที่ช่วยเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน เช่น การกินหมูกระทะ แต่หมักด้วยสมุนไพรสูตรท้องถิ่น เป็นต้น

- **กิจกรรม** สำหรับกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถจะบรรจุไว้ในแพ็คเกจการท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบของการพักผ่อน มีองค์ประกอบดังนี้

- **กิจกรรมถ่ายรูป** เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวรุ่นหนุ่มสาวนิยมมากที่สุด ซึ่งชุมชนอาจออกแบบพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเช็คอินแล้วส่งรูปถ่ายไปให้เพื่อน ๆ หรืออาจจะเป็นพื้นที่ที่มีพื้นที่สร้างตัวมาสคอต (Mascot) ของชุมชน เช่น อาจจะใช้ตุ๊กตาฟางรูปนกเงือก พุ่มไม้ตัดรูปช้าง ทั้งนี้ พื้นที่ที่จะพัฒนานี้ต้องสามารถรับแสงได้เหมาะสำหรับการถ่ายรูปทั้งในยามเช้าและยามบ่าย

- กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำด้วยตัวเอง (DIY) เช่น ขุดหน่อไม้มาทำกับข้าว ปั่นดินทาสี ร้อยลูกปัด พายเรือ ทำกับข้าวและขนมท้องถิ่นแบบง่ายๆ เป็นต้น
- กิจกรรมผ่อนคลาย เช่น นวดไทย สปาไทย
- กิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญตักบาตร รับพร รดน้ำมนต์ ทำบุญเสริมดวง ขยายอาหารปลาในเขตอุทยาน ถวายตุงให้พระธาตุ เป็นต้น
- กิจกรรมการมีส่วนร่วม เช่น มีส่วนร่วมในงานพิธีหรืองานเทศกาลต่างๆ ของหมู่บ้าน
- กิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า การบวชป่า เป็นต้น
- กิจกรรมที่ต้องมีปราชญ์ผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญในท้องถิ่น เช่น ดูนก เป็นต้น

1) กาแฟ ร้านกาแฟเป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนในยุคปัจจุบัน เพราะเป็นที่พบปะของนักท่องเที่ยวที่อาจจะกระจายอยู่ต่างบ้านกัน นอกจากนั้น การดื่มกาแฟยังเป็นแนวโน้มการใช้เวลาและใช้จ่ายสำหรับคนรุ่นใหม่ รวมทั้งนักท่องเที่ยวอีกด้วย หากร้านกาแฟสามารถมีห้องน้ำสะอาด ก็จะช่วยทำให้การพักผ่อนในชนบทไทยมีความสะดวกสบายมากขึ้น นอกจากนี้ ในหมู่บ้านที่มีการปลูกกาแฟหรือชา และมีการคั่วบดกาแฟเอง ควรมีการแสดงเป็นตัวอย่างและมีกาแฟหรือชาให้นักท่องเที่ยวชิมด้วย

2) บรรยากาศ บรรยากาศเป็นจุดขายสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ซึ่งอันที่จริงแล้วมาจากการทำกิจกรรมที่ตนเองทำอยู่เสมอเป็นกิจวัตร แต่อยู่ในบรรยากาศที่แตกต่างออกไป เช่น การทำไถ่อบฟาง การสูมไฟและฟังนิทานของดวงดาว การขุดหน่อไม้และนำมาปรุงอาหารพื้นถิ่น การปิ้งย่างไก่หมักสมุนไพร การเก็บหอยที่ชายหาด และการรับประทานอาหารที่ชายหาดหรือที่ชายทุ่งเมื่ออาทิตย์กำลังลับเหลี่ยมเขา โดยพบว่าหลายชุมชนมีพื้นที่ที่มีบรรยากาศดี เช่น อยุธยาแม่น้ำ แต่ยังใช้พื้นที่น้อยไป เช่น ที่ชุมชนบ้านแซว พื้นที่เชิงเขาที่สามารถมองเห็นทุ่งนาสุดลูกหูลูกตา ซึ่งมีอยู่หลายแห่งมาก หรือชายหาด ซึ่งชุมชนสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีบรรยากาศดี จะทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจมากกว่าไปทำกิจกรรมในห้อง เช่น นวดที่ชายหาดหรือริมน้ำ รับประทานอาหารเย็นใต้แสงดาวหรือแสงเดือน ซึ่งข้อเสนอแนะเหล่านี้สามารถเป็นข้อเสนอทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกันไป

2. การกำหนดข้อตกลงด้านการควบคุมจำนวนและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ชุมชนที่เริ่มมีชื่อเสียงแล้ว มักจะมีผู้มาเยี่ยมชมหรือมาพักเกินขีดความสามารถในการรองรับของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ไม่มาค้างคืน ซึ่งหากชุมชนไม่ควบคุมและปล่อยให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมเยือนเข้ามาจำนวนมากจนเกินกำลังรองรับ อาจจะทำให้คุณภาพของการต้อนรับซบสลดลง สร้างความไม่พึงพอใจให้ผู้มาเยือน จนเกิดเป็นกระแสวิพากษ์วิจารณ์กันในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และอาจส่งจะมีผลกระทบทางลบที่รุนแรงต่อมาในภายหลัง ดังนั้น ควรมีข้อตกลงภายในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่รับได้ โดยใช้จำนวนห้องพักของโฮมสเตย์เป็นหลักบวกด้วยจำนวนผู้มาเยือน ซึ่งต้องตกลงกับชาวบ้านที่มีได้อยู่ในธุรกิจท่องเที่ยวด้วยว่าควรเป็นเป็นเท่าไร ซึ่งวิธีการนี้เป็นการจัดการขีดความสามารถในการรองรับด้านสังคม (Social Carrying Capacity) และควรสร้างกลไกการแจ้งข่าว การรับรอง และขีดจำกัดในการรองรับแต่ละ

วัน โดยสามารถใช้เผยแพร่ผ่านการใช้สมาร์ทโฟน เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเดินทาง มา เพื่อลดความคับคั่งของจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีกติกาส่วนรวมที่กำกับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามจารีต เช่น ห้ามส่งเสียงดัง เล่นการพนัน ไม่ให้มีการดื่มเหล้า เบียร์ แต่งกาย สุภาพเรียบร้อย เป็นต้น โดยควรแจ้งกฎเหล่านี้ให้นักท่องเที่ยวทราบก่อนทำการจอง

5.7.4 แนวทางสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)

อปท. เป็นองค์กรของรัฐที่สำคัญที่สุดองค์กรหนึ่งในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งใน เมืองและในท้องถิ่น นอกจากนี้พื้นที่ในเขตอนุรักษ์แล้ว พื้นที่เกือบทุกตารางนิ้วในประเทศไทยอยู่ในความ ดูแลของ อปท. ดังนั้น ความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวในอนาคตจึงอยู่ในมือขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว แนวทางพัฒนาสำหรับ อปท. มีดังนี้

- ประมวลข้อมูลด้านศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน
- ประเมินทุนสังคมภายในชุมชนและความสามารถของแกนนำชุมชนในการสร้างชุมชนท่องเที่ยว
- ขอความร่วมมือจากสถานศึกษาและหน่วยงานวิจัยด้านชุมชนท่องเที่ยว เพื่อจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและท่องเที่ยวท้องถิ่น
- มีการเตรียมการเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันภายในชุมชนถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยว การลงทุนที่จำเป็น และโอกาสของความสำเร็จ
- จัดการฝึกอบรมพาไปดูงานและสร้างทักษะที่จำเป็น รวมทั้งจัดการให้มีห่วงโซ่อุปทานให้ครบถ้วน
- ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์
- จัดสรรนักท่องเที่ยวสู่ชุมชนในเบื้องต้น แต่ในระยะยาวควรให้ชุมชนจัดการด้วยตัวเอง
- พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้แก่ชุมชนท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรระมัดระวังให้ผลกระทบทางบวกเกิดแก่ชุมชนทั้งมวลและลดผลกระทบทางลบของการท่องเที่ยวต่อกลุ่มผู้ไม่มีส่วนได้ในด้านการท่องเที่ยว
- ออกข้อบัญญัติและเทศบัญญัติที่จะสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้คงอัตลักษณ์ไว้ เช่น กำหนดความสูงและสีของอาคารในย่านเมืองเก่า เป็นต้น
- สนับสนุนการมีธรรมนูญประชาคม เพื่อกำกับกิจการด้านการท่องเที่ยวไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบ เช่น ห้ามดื่มสุราในถนนคนเดิน เป็นต้น
- ยกกระตือรือร้นความสามารถของ อปท. เอง ในด้านการจัดการขยะและน้ำเสีย สำหรับชุมชนท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551
- กมลวรรณ พรหมพิทักษ์ ภูซพงศ์ พันธุ์เถิงอมร และภคิน รักแตงาม. 2548. ศักยภาพการท่องเที่ยว
เชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่. สงขลา: คณะอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ม.ป.ป. **มาตรฐานโฮมสเตย์**. สืบค้นเมื่อ 15
พฤษภาคม พ.ศ. 2561 เข้าถึงได้ <http://www.homestaythai.net/Hompages/ReadPage/2>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
(อพท.). 2558. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ปี พ.ศ. 2558-2563**.
กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ. รายงาน
ภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. ฉบับที่ 2. หน้า 25.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ม.ป.ป. **โฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยว
ในเมืองรอง 55 จังหวัด**. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 เข้าถึงได้
<http://www.tourism.go.th/assets/portals/1/news/7575/1.pdf>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
2559. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ปี พ.ศ. 2558-2563**. กรุงเทพฯ:
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เกวลิน หนูสุทธิ. 2559. การจัดการผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในหมู่บ้านแม่กลางหลวง
ตำบลบ้านหลวง อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
แม่โจ้.
- ไกรสิทธิ์ สิทธิโชค. 2546. การเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาข่า บ้านห้วย
ขี้เหล็ก จ.เชียงราย. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- คมสัน วาฤทธิ์. 2545. ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ :
กรณีศึกษาชุมชนลำน้ำว้า อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จักร กิณสี. 2543. **รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับองค์ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ
ของนกของชาวปกาเกอญอในเขตอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์**. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- โฉมสิริ ทิมสุทิน. 2548. รูปแบบการจัดการและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่
จังหวัดเชียงใหม่ ระยะที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชุกกลิ่น อุณวิจิตร. 2553. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของ
ชุมชนท้องถิ่น อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย อย่างยั่งยืน. เชียงราย: คณะวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- จิตติ จิตติจำเริญพร, พจนา สวนศรี และกฤตดา ชีราทิตยกุล. 2558. การศึกษาความต้องการของตลาดที่
มีศักยภาพเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและอาเซียน. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณัฐจินี ทองดี และกนก บุญศักดิ์. 2560. การจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งมรดกทาง
วัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ชี มูล เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวประเทศไทย ลาว และ เวียดนาม. วารสาร
วิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. 9(2); 122-137.
- ดำรงศักดิ์ จันทโททัย. 2555. การเสริมสร้างทุนทางสังคมในชุมชนของเมืองไทย. วารสารวิจัยสังคม.
35(1). 23-52.
- คุณิณี ขาวนา. 2551. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านผาแดง หมู่ที่
10 ตำบลสบเปิง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
วิจัย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2545. พิมพ์ครั้งที่ 3. เทคนิคการวิเคราะห์งบการเงินบริษัทจด
ทะเบียน. กรุงเทพฯ: ส่วนสิ่งพิมพ์ ฝ่ายสื่อสารองค์กร.
- ธิตพันธ์ โตวิจิตร. 2546. ผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านการกระจายรายได้: การศึกษา
เปรียบเทียบระหว่างบ้านผานกกกและบ้านบวกเตี้ย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัด
เชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นราวดี บัวขวัญ. 2557. โครงการมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา
ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน อำเภอร่อนฉิม จังหวัดสงขลา. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- นัยนา ทองศรีเกตุ, นิพัทธ์ บุญเพชร และวัฒนสาธิต นุ่นสุข. 2545. โครงการพัฒนาระบบมาตรฐาน
คุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัด
นครศรีธรรมราช. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- บุษบา สิทธิสาร. 2546. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนบ้านแม่กลางหลวง ดอยอินทนนท์
จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เบญญาภา ศุภพานิชย์. 2555. ทุนทางสังคมกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาด
คลองสวนร้อยปี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ. เลย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ประกอบศิริ ภักดีพิณี, อัมเรศ เทพมา, สุขทัย พงศ์พัฒนศิริ, ปณิธาน ประมูล, อิศรา กันแดง, อรทัย
มหาวรรณ และคณะ. 2558. แผนงานการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมในมณฑลวัฒนธรรม
สองฝั่งโขง: กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- ประกอบศิริ ภักดีพินิจ. 2556. การพัฒนาการท่องเที่ยวและเรียนรู้บนพื้นฐานการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงบ้านดอกบัว จังหวัดพะเยา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ 1, 1.
- ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ. 2554
- ประกาศกรมการท่องเที่ยว ว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรองรับมาตรฐานโฮมสเตย์ พ.ศ. 2555
- ประกาศกรมการท่องเที่ยว ว่าด้วยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ. 2554
- ประกาศ ศิริประดิษฐ์. 2557. การศึกษาศักยภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ของจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ น่าน ในเขตภาคเหนือ. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปองทิพย์ นาकिनทร์. 2556. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พจนาน สุวนศรี, พนรุจ มิ่งเมธา, จริญญา แดงน้อย และฐิติ ฐิติจาเรณูพร. 2557. การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับภูมิภาคอาเซียนสู่ความเป็นสากล. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พจนาน สุวนศรี. 2560. การท่องเที่ยวโดยชุมชน. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. ฉบับที่ 7: 54-67.
- พรชัย ปรีชาปัญญา. 2544. สถานภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยช้างในจังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พรมมินทร์ พวงมาลา และคณะ. 2552. การค้นหาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านแม่กำปอง กิ่งอ.แม่ฮอน จ.เชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น.
- พรมมินทร์ พวงมาลา. 2548. รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืน บ้านแม่กำปอง กิ่งอ.แม่ฮอน จ.เชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พระมหาผดุง วรรณทอง. 2550. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อทุนทางสังคมในชุมชน: ศึกษาเฉพาะกรณี เทศบาลตำบลปาย อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547
- พินิจนันท์ อมรพินิจ. 2556. ต้นทุนและผลตอบแทนการบริหารทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.
- พิศาล แก้วอยู่ และประกอบศิริ ภักดีพินิจ. 2557. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการปรับใช้หัตถกรรมจักสานผักตบชวาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. การประชุมวิชาการ การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ครั้งที่ 4, 11-13 มิถุนายน 2557.

- ภักกุล ตรีพันธ์. 2557. **มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดสตูล**. สตูล: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา.
- มธุรส ปราปไพรี. 2543. **ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว: กรณีชุมชนไทยทรงดำบ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี**. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนัสนันท์ จันทรเพ็ง และปณายุ ไชยรัตนานนท์. 2558. **แนวทางการลดผลกระทบด้านลบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทย่านชุมชนเก่า กรณีศึกษาชุมชนริมแม่น้ำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย**. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 หน้า 2922-2936.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำโขง**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ. 2549. **การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำโขง 2**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ. 2555. **โครงการท่องเที่ยวไทย: จากนโยบายสู่รากหญ้า**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด อรรถพันธ์ สารวงศ์ และวรัญญา บุตรบุรี. 2560. **การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมแผนงานวิจัยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายอย่างยั่งยืน**. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด, อรุณี อินทรไพโรจน์, อัครพงศ์ อันทอง และอรรถพันธ์ สารวงศ์. 2560. **โครงการประเมินผลการวิจัยของประเทศ สาขาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด, อัครพงศ์ อันทอง, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ และนุกูล เครือฟู. 2556. **เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: ล็อกอินดีไซน์เวิร์ค.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2558. **การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ**. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 เข้าถึงได้ <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom14/02-03-01.html>
- วิวัฒน์ วงศ์อรุณ. 2552. **การศึกษาศักยภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อการท่องเที่ยวหัวหิน-ชะอำ**. **ประจวบคีรีขันธ์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล**.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน ก. ม.ป.ป. **การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism)**. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2560 เข้าถึงได้ http://www.cbt-i.or.th/?ge=show_pages&gen_lang=20112012094103#.Wnltm66WbIU

สถาบันการท่งเทียวโดยชุมชน ข. ม.ป.ป. กำเนิดการท่งเทียวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2560 เข้าถึงได้ http://www.cbt-i.or.th/?ge=show_pages&gen_lang=20112012094103#.Wng1m66WblU

สถาบันการท่งเทียวโดยชุมชน. 2551. การสังเคราะห์องค์ความรู้ทางวิจัยเพื่อท่งถิ่น ประเด็นการท่งเทียวโดยชุมชน.

สมศักดิ์ เทพต่น. 2553. การจัดการท่งเทียวเชิงนิเวศโดยชุมชนชาวประมงพื้นบ้านพื้นที่กว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สำนักกรรมการ 3 สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. ม.ป.ป. ปัญหาทางกฎหมายในการประกอบกิจการที่พัคโฮมสเตย์ของคณะอนุกรรมการพิจารณาศึกษาปัญหากฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมท่งเทียวในคณะกรรมการการท่งเทียว วุฒิสภา. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 เข้าถึงได้

http://library.senate.go.th/document/Ext6195/6195935_0001.PDF

สินธุ์ สโรบล, อุดร วงษ์ทับทิม, สุภาวดี ทรงพรพาณิชย์, เบญจวรรณ วงศ์คำ และอนงนาฏ ปัญญาใหญ่. 2546. การท่งเทียวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สิริวัฒนา ไจมา และคณะ. 2546. การจัดการการท่งเทียวเชิงนิเวศชุมชนบ้านแม่กลางหลวง ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สุนัย เลี้ยวเพ็ญวงษ์. 2545. การพัฒนาระบบมาตรฐานคุณภาพการจัดการท่งเทียวบ้านโคกโก่ง ต. กุดหว้า อ.กุฉินารายณ์ จ.กาฬสินธุ์. ขอนแก่น: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมล .2550. ศักยภาพและความพร้อมของการท่งเทียวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

สุรางค์รัตน์ จำเียรพล. 2555. สาระสำคัญจาก Robert D.Putnam Democracy and Social Capital: What's the Connection?. วารสารวิจัยสังคม. 35(1). 1-21.

สุวันชัย หวนกลาง. 2557. แนวคิด ปัญหาและประสิทธิภาพการจัดการการท่งเทียวทางเลือกในประเทศไทย: กรณีศึกษาการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย อำเภอบลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อภิรมย์ พรหมจรรยา ชุตินา ต่อเจริญ ปทุมมาลัย พัฒโร .2547. การศึกษาศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท่งถิ่นเพื่อการท่งเทียวในจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต. ภูเก็ต: คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.

อริสรา เสยานนท์. 2554. การสร้างมูลค่าการท่งเทียวอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาโฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

- อัศวพงศ์ อันทอง ญัฐพล อนันต์ธนสาร และกันต์สินี กันทะวงศ์วาร. 2560. การรับรู้ของประชาชนต่อผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น. ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- อัญญา พรหมปัน. 2550. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนบ้านห้วยโป่ง ตำบลบ้านปวง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อัญญารัตน์ ธารวรรณ และมณีวรรณ ผิวนิ่ม. 2557. การศึกษาผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมจากการจัดการท่องเที่ยว กรณีศึกษา เมืองเชียงคาน ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัย ขอนแก่น.
- อานิสงค์ โอทาทะวงศ์. 2557. การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทะเลบัวแดง ในเขตเทศบาลตำบลเชียงแห้ว อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อำคา แสงงาม. 2549. ศึกษารูปแบบและการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชนบ้านกู่กาสิงห์ ตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด. ร้อยเอ็ด: โรงเรียนบ้านกู่กาสิงห์.
- อิสระ ศิริไสยาสตร์. 2550. แนวทางการพัฒนาระบบสารสนเทศ (ระบบบริการข้อมูล) เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อุตร วงษ์ทับทิม. 2546. การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมชุมชนบ้านทรายขาวและบ้านแม่ปิง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- โอพาร อ่องพะ. 2549. การศึกษากระบวนการเรียนรู้เพื่อจัดทำสื่อภูมิประเทศจำลองดอยหลวงเชียงดาวโดยชุมชน เพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Andrades, L., Dimanche, F. and Ilkevich, S. 2015. **Tourist Behaviour and Trends**.
https://www.researchgate.net/publication/302139612_Tourist_Behaviour_and_Trends
- Boston Consulting Group (BCG). ม.ป.ป. อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2559. ท่องเที่ยวชุมชนไทย มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2560 เข้าถึงได้
https://tattourismjournal.files.wordpress.com/2016/01/7_tourism_forum_2016.pdf
- Brohman, J. 1996. New Directions in Tourism for Third World Development. **Annals of Tourism Research**. 23(1), 48-70. Cited in Thammajinda. R. 2013. **Community participation and social capital in tourism planning and management in a Thai context**. Thesis (PhD). Lincoln University.

- Butler, R. W. 1999. Problems and Issues of Integrating Tourism Development. **Contemporary Issues in Tourism Development**. eds D.G. Pearce & R.W. Butler, Routledge, London.
- Cited in Theerapappisit, P. 2012. The Bottom-Up Approach of Community-Based Ethnic Tourism: A Case Study in Chiang Rai. Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives.
- CBI, Ministry of Foreign Affairs, <https://www.cbi.eu/>
- Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI) ม.ป.ป. อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2559. ท่องเที่ยวชุมชนไทย มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2560 เข้าถึงได้
https://tattourismjournal.files.wordpress.com/2016/01/7_tourism_forum_2016.pdf
- Cohen, E. 1972. Toward a sociology of international tourism. **Social Research**. 39(1): 164–182.
- Cole, S. 2006. Information and Empowerment: The keys to Achieving Sustainable Tourism. **Journal of Sustainable Tourism**. 14(6), 629-644.
- Coleman, J. S. 1988. Social Capital in the Creation of Human Capital. **American Journal of Sociology**. 94(Supplement). S95-S120. Cited in Prachatip Kata. 2004. **The study on social capital and the role of social capital in social movement: case study of healthy civil society in one village in North-Eastern Region of Thailand**. Thesis (M.A. (Population and Social Research)). Institute for Population and Social Research, Mahidol University.
- Gray, B. 1985. Conditions facilitating interorganizational collaboration. **Human Relations**. 38 (10), 911–936.
- Hardy, C. and Phillips, N. 1998. Strategies of engagement: Lessons from the critical examination of collaboration and conflict in an interorganizational domain. **Organization Science**. 9(2), 217–230.
- OECD. 2010. **Glossary of Key Terms in Evaluation and Results Based Management**.
<https://www.oecd.org/dac/evaluation/2754804.pdf>
- Okazaki, E. 2008. A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use. **Journal of Sustainable Tourism**. 16(5). 511-529.
- Perreault, W. D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. 1979. A Psychological Classification of Vacation Life-styles. **Journal of Leisure Research**. 9, p. 208-224
- Putnam R. D. 1995. Bowling Alone: America's Declining Social Capital. **Journal of Democracy**. 6(1). 65-78.
- Simmons, D. G. 1994. Community Participation in Tourism Development. **Tourism Management**. 15(2), 98-108.

- Timothy, D. J., & Tosun, C. (Eds.). 2003. **Appropriate Planning for Tourism in Destination Communities: Participation, Incremental Growth and Collaboration**. Cambridge: CABI Publishing.
- Tjosvold, D. 1996. Conflict management in a diverse world: A review essay of Caplan's understanding disputes: The politics of argument. **Human Relations**. 49 (9), 1203–1211.
- UNWTO. 2017. Strong tourism results in the first part of 2017. UNWTO world tourism Barometer. 15: 1-6.

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1 แบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของชุมชนโฮมสเตย์ (แบบสอบถามร่วม)

แบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อชุมชนท่องเที่ยว

ชื่อชุมชนท่องเที่ยว.....

ท่านมีอายุระหว่าง 15 – 65 ปี หรือไม่ ☐ ใช่ มีอายุ ปี /เกิด ปี พ.ศ.

☐ ไม่ใช่ (ไม่ต้องสอบถามต่อ เนื่องจากไม่ใช่ประชากรเป้าหมาย)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง มีภูมิลำเนาในจังหวัด

อาชีพ ☐ รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัท ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ บุคลากร อปท.

☐ นักเรียน/ นักศึกษา ☐ อาจารย์/ นักวิชาการ ☐ อื่นๆ ระบุ.....

การศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น/ ต่ำกว่า ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ☐ อนุปริญญา/ ปวส.

☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโทหรือสูงกว่า

รายได้ต่อเดือน ☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 5,000 – 15,000 บาท ☐ 15,001 – 25,000 บาท

☐ 25,001 – 35,000 บาท ☐ มากกว่า 35,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ท่านเคยเดินทางมาเยือนชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้มาก่อนหรือไม่

☐ เคย ครั้งนี้เป็นครั้งที่ ☐ ไม่เคย (ครั้งนี้เป็นครั้งแรก)

ระยะเวลาของการมาท่องเที่ยวในชุมชนครั้งนี้

☐ มาเช้ากลับเย็น ☐ พักค้าง 1 คืน ☐ พักค้าง 2 คืน ☐ พักค้างมากกว่า 2 คืน ระบุ.....คืน

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางเข้าถึงชุมชนท่องเที่ยวครั้งนี้

☐ จักรยานยนต์ ☐ รถเก๋ง/รถกระบะ ☐ รถตุ้ ☐ รถทัวร์ ☐ อื่นๆ ระบุ.....

ลักษณะของการมาท่องเที่ยวชุมชนครั้งนี้

☐ มาคนเดียว ☐ มากับครอบครัว คน ☐ มากับกลุ่มเพื่อน คน

☐ มากับบริษัททัวร์ คน ☐ มากับคณะดูงาน คน

ท่านรับรู้ข้อมูลของชุมชนท่องเที่ยวนี้จากช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เว็บไซต์ คือ ☐ Pantip ☐ Trip advisor ☐ Local alike ☐ อื่นๆ ระบุ

☐ โซเชียลมีเดีย คือ ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ YouTube ☐ อื่นๆ ระบุ

☐ บริษัทนำเที่ยว ☐ เพื่อน/ญาติ ☐ โทรศัพท์ ☐ หนังสือพิมพ์

☐ วารสารการท่องเที่ยว ☐ อื่นๆ ระบุ

จุดประสงค์หลักของการเดินทางมาชุมชนท่องเที่ยวครั้งนี้

☐ ท่องเที่ยว/ พักผ่อน ☐ ศึกษาดูงาน ☐ เยี่ยมญาติ ☐ อื่นๆ ระบุ.....

ท่านตั้งใจและจะกลับมาเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวนี้ใช้หรือไม่

☐ ใช่ ☐ โดยชุมชนท่องเที่ยวนี้เป็นจุดหมายปลายทางหลักเพียงจุดเดียว

☐ โดยชุมชนท่องเที่ยวนี้เป็นจุดหมายหลัก และเดินทางไปเที่ยวที่อื่นด้วย คือ.....

☐ ไม่ใช่ แวะมาเที่ยว/ พักค้างแรม โดยมีจุดหมายหลักที่จะไปเที่ยว คือ

ลักษณะของการพักผ่อนของท่านในครั้งนี้ (เฉพาะคนที่ตอบว่า พักค้างคืน)

☐ พักโฮมสเตย์ของชุมชน ☐ ห้องพักร่วมร่วมชายคาเดียวกันกับเจ้าของบ้าน ☐ ห้องพักแยกชายคากันกับเจ้าของบ้าน

☐ พักรีสอร์ท/ โรงแรม/ ที่พักของเอกชน

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวครั้งนี้ (ไม่รวมค่าบริการที่พัก)บาท/คน/ทริป

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวต่อไปนี้มีสำคัญต่อท่านในระดับใด และท่านมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเหล่านี้ในระดับใด (โปรด ✓ ตามระดับการประเมินของท่าน โดยที่ 1 = น้อยที่สุด และ 5 = มากที่สุด)

ระดับความสำคัญ					รายการประเมิน	ไม่ได้รับ บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
1	2	3	4	5			1	2	3	4	5
					1. ที่พัก (โฮมสเตย์) ของชุมชน						

โครงการย่อย 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน

ระดับความสำคัญ					รายการประเมิน	ไม่ได้รับ บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
1	2	3	4	5			1	2	3	4	5
					2. อาหารของโฮมสเตย์ และร้านอาหารของชุมชน						
					3. ความปลอดภัยในยามค่ำคืน						
					4. สภาพแวดล้อมภายในชุมชน (ความสะอาด ความเป็นระเบียบ)						
					5. บรรยากาศ ความรื่นรมย์ และความสงบของชุมชน						
					6. ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน						
					7. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน						
					8. วิถีชีวิต/ อัตลักษณ์ของชุมชน						
					9. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในชุมชน (ห้องน้ำสาธารณะ ที่จอดรถ ทางเดินในชุมชน เป็นต้น)						
					10. ผลิตภัณฑ์ชุมชนและของที่ระลึก						
					11. ช่องทางการติดต่อและการเข้าถึงข้อมูลบริการของชุมชน (การจองที่พัก จองแพ็คเกจท่องเที่ยว)						
					ความพึงพอใจรวมต่อการเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว						

การมาเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวครั้งนี้มีความคุ้มค่าต่อท่านในระดับใด (โปรด ✓ ตามระดับความรู้สึกคุ้มค่าของท่าน โดยที่ 0 = ไม่คุ้มค่าเลย, 1 = คุ้มน้อยที่สุด และ 5 = คุ้มค่ามากที่สุด)

รายการ	ไม่คุ้มค่าเลย	ระดับความคุ้มค่า				
	0	1	2	3	4	5
การมาเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวครั้งนี้คุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป						
การมาเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวครั้งนี้คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป						
การมาเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวครั้งนี้ได้รับประสบการณ์ที่คุ้มค่า						

ในอนาคตหากมีโอกาสท่านจะกลับมาเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวนี้อีกหรือไม่

☐ ไม่แน่ใจ ☐ กลับมาอีกแน่นอน ☐ ไม่กลับมาแล้ว เพราะ.....

ท่านจะบอกต่อหรือแนะนำให้ผู้อื่น เช่น เพื่อนญาติพี่น้อง เป็นต้น ให้เดินทางมาเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้หรือไม่

☐ ไม่แน่ใจ ☐ บอกต่อ ☐ ไม่บอกต่อ เพราะ.....

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ภาคผนวกที่ 2 แบบบันทึกข้อมูลวิเคราะห์ความคุ้มค่า

ข้อมูลต้นทุนผลตอบแทนการลงทุนโฮมสเตย์

ชื่อโฮมสเตย์ ผู้ให้ข้อมูล โทร.....

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง อายุ ปี อาชีพหลัก รายได้ บาทต่อเดือน

ปีที่เริ่มลงทุนโฮมสเตย์ ปี พ.ศ.

วัตถุประสงค์ของการลงทุน ☐ เพื่อยกระดับโฮมสเตย์โดยเฉพาะ ☐ เพื่อปรับปรุงบ้านให้ลูกหลาน

1. ต้นทุนการลงทุน

รายการ	ราคา (บาทต่อหน่วย)	จำนวน (หน่วย)	ปีที่ลงทุน (ปีที่)	อายุการใช้ งาน (ปี)	หมายเหตุ
1. ค่าก่อสร้างบ้าน/ปรับปรุงบ้าน					
☐ ปรับปรุง ☐ สร้าง ห้องนอน					
☐ ปรับปรุง ☐ สร้าง ห้องน้ำ					
☐ ปรับปรุง ☐ สร้าง ห้องครัว					
2. อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน/เครื่องใช้					
ชั้นวางของ					
โต๊ะรับแขก					
ผ้าม่าน					
ราวตากผ้า					
3. อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า					
พัดลม					
เครื่องซักผ้า					
หม้อหุงข้าว					
4. อุปกรณ์เครื่องครัว					
ชั้นโตก					
ถ้วยชาม					
ช้อนส้อม					
5. เครื่องนอน					
หมอน / ปลอกหมอน					
ผ้าห่ม					
ที่นอน/ ฟูก					
เตียง					

โครงการย่อย 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน

รายการ	ราคา (บาทต่อหน่วย)	จำนวน (หน่วย)	ปีที่ลงทุน (ปีที่)	อายุการใช้ งาน (ปี)	หมายเหตุ
6. เครื่องใช้แขก					
ผ้าเช็ดตัว					
ผ้าเช็ดมือ					
7. ระบบสาธารณูปโภค					
ระบบอินเทอร์เน็ต					
ระบบน้ำ					
ระบบไฟ					

2. จำนวนลูกค้าต่อเดือน

รายการ	หน่วย	ค่า	หมายเหตุ
จำนวนผู้เข้าพัก (Q)	คนต่อครั้ง		
ความถี่ในการให้บริการ (n)	ครั้งต่อเดือน		
จำนวนวันเข้าพัก	วันต่อครั้ง		

3. ต้นทุนการดำเนินงาน

รายการ	หน่วย	ค่า	
1. ต้นทุนคงที่ (รายเดือน/รายปี)			
1.1 ค่าอินเทอร์เน็ต	บาทต่อเดือน		
1.2 ค่าแรงงาน	บาทต่อเดือน		
1.3 ค่าโทรศัพท์	บาทต่อเดือน		
1.4 ค่าซ่อมบำรุง	บาทต่อปี		
1.5			
1.6			
2. ต้นทุนผันแปร (ตามจำนวนลูกค้า)			สัดส่วนเฉพาะแขก
2.1 ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม (กาแฟ)	บาทต่อคน		
2.2 ค่าสบู่/ แชมพู	บาทต่อคน		
2.3 ค่าอุปกรณ์ซักล้าง/ทำความสะอาด	บาทต่อเดือน		

บ้านและผ้า			
2.4 ค่าน้ำ	บาทต่อเดือน		
2.5 ค่าไฟ	บาทต่อเดือน		
2.6			

4. ต้นทุนแรงงาน

การใช้แรงงานของเจ้าของ	หน่วย	ค่า	หมายเหตุ
เวลาที่ใช้ในการทำความสะดวก	ชั่วโมงต่อวัน		Marginal
ความถี่ในการทำความสะดวก	วันต่อเดือน		
จำนวนคนที่ใช้ในการทำความสะดวก	คนต่อวัน		

5. รายรับ

5.1 ราคาบริการ (P)

รายการ	หน่วย	ค่า
ราคาบริการ	บาทต่อคน	
เงินสมทบกลุ่ม	ร้อยละ	

5.2 จำนวนลูกค้า (Q)

รายการ	หน่วย	ค่า
จำนวนคณะของการดูงาน	คณะต่อปี	
จำนวนคนดูงาน	คนต่อปี	
จำนวนโฮมสเตย์	หลัง	
จำนวนแขกที่รับผ่านกลุ่ม	คนต่อปี	
จำนวนแขกที่รับเอง	คนต่อปี	