

รายงานฉบับสมบูรณ์

การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

Empowering community-based tourism management potential on tourism products' identity in Songkhla Lagoon

โดย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ จุสปาโล และคณะ

พฤษภาคม 2563

สัญญาเลขที่ RDG62TO145

รายงานฉบับสมบูรณ์

การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

Empowering community-based tourism management potential on tourism products' identity in Songkhla Lagoon

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ จุสปาโล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุพภาภรณ์ อุไรรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพงษ์ อัศวเกศมณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุจิตราภรณ์ จุสปาโล
อาจารย์ บุญรัตน์ บุญรัศมี

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา งานวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ความช่วยเหลือจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายท่าน คณะผู้วิจัยขอแสดงความขอบพระคุณและขอกล่าวอ้างไว้ดังนี้ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) โดยการประสานงานและให้ความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช ในการศึกษาตลอดโครงการ นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะตลอดการศึกษาโครงการ และคณะทำงานทุกท่านที่ให้ความสะดวกในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ยังได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เทศบาลพนางตุง องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก ตลอดถึงแกนนำและสมาชิกชุมชนและขอขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้กล่าวนาม

หากงานวิจัยฯ ฉบับนี้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงานหนึ่งหรือหน่วยงานใด หรือผู้หนึ่งผู้ใดแล้ว ขอมอบ ความดีอันพึงมีแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ชมรมและสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้ให้การสนับสนุนทุก หน่วยงาน

คุณค่าของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแด่คุณพ่อ คุณแม่ ครูอาจารย์ และผู้มี พระคุณทุกท่านที่ให้ความเมตตาและเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา

คณะวิจัย

พฤษภาคม 2563

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการวิจัยการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม 4) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย เก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสำรวจ (field survey) การสังเกต (observation) สัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) กับผู้คนในชุมชนพื้นที่ และการถ่ายทอดความองค์ความรู้ต่าง ๆ การทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและการประเมินผล สามารถสรุปผลการศึกษาจำแนกตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเกณฑ์ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วยเกณฑ์ 6 ด้าน โดยทำการประเมินจากชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จำนวน 7 ชุมชน ประกอบด้วย 1) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 2) ชุมชนทะเลน้อย 3) กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 4) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 5) กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน 6) แพปลาชุมชน บ้านช่องฟืน และ 7) กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้คือ 1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 1.46 - 2.81 โดยส่วนใหญ่ อยู่ในระดับควรปรับปรุงและระดับพอใช้ มีเพียงชุมชนเดียวเท่านั้นที่ได้คะแนนสูงคือกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก 2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีได้คะแนนอยู่ระหว่าง 1.63 - 2.75 โดยส่วนใหญ่ อยู่ในระดับพอใช้ถึงดี 3) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 1.67 - 3.67 โดยส่วนใหญ่ อยู่ในระดับดี 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 0.40 - 3.32 พบว่าส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชนแต่ส่วนใหญ่อยู่ในระดับพอใช้ 5) ด้านคุณภาพการบริการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 1.25 - 3.21 โดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับพอใช้ถึงดี 6) ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 0 - 2.50 โดยส่วนอยู่ในระดับควรปรับปรุง

การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP คณะผู้วิจัยได้เชิญชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบ เดินทางศึกษาดูงานการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร กลุ่มสตรีอาชีพแปรรูปอาหารทะเลบ้านมะหงัง ในพื้นที่จังหวัดสตูล กลุ่มนี้ผลิตสินค้าได้คุณภาพมีความปลอดภัยได้รับมาตรฐาน Q เครื่องหมายฮาลาล ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์

ชุมชน (มผช.) เป็นผลิตภัณฑ์ผ่านการคัดสรร OTOP ปี 2549 ระดับ 4 ดาว ต่อมาชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้นำความรู้มาพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ได้มาตรฐานที่สูงขึ้น โดยกลุ่มแพปลาช่องฟืน กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว และกลุ่มแปรรูปเคยปลา ได้พัฒนารูปแบบการผลิตให้ได้คุณภาพ และคณะผู้วิจัยได้เชิญเจ้าหน้าที่ประเมินมาตรฐาน GMP อย. จากสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดพัทลุง อบรมมาตรฐาน GMP อย. ให้กลุ่มต่าง ๆ และได้ลงพื้นที่ไปประเมินเบื้องต้นและพร้อมกันนี้ให้คำแนะในการผลิตหรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของชุมชน ต่อมาชุมชนต่าง ๆ ได้นำความรู้เหล่านี้ไปพัฒนาวิธีการผลิตของตนเองทำให้ได้สินค้ามีมาตรฐานที่สูงขึ้น ต่อมาคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนนำผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มต่าง ๆ เข้าจดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาการอำเภอปากพะยูนและอำเภอควนขนุน เพื่อขอรับมาตรฐานและตราสินค้า OTOP พบว่าสินค้าที่ผ่านมาตรฐานและได้รับตราสินค้า OTOP ได้แก่ ปลาผงโรยข้าวของกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน แป้งข้าวสังข์หยดและขนมคุกกี้สิงคโปร์ของกลุ่มวิชาลัยรวงข้าว น้ำเคยปลาเข้มข้น เคยปลาก้อนและปลาดุร้าของกลุ่มแปรรูปชุมชนทะเลน้อย และได้นำผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนโดยพัฒนาเป็นฐานกิจกรรมการแปรรูปบูรณาการกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนกับเครือข่ายการตลาดภายนอกด้วยเช่นกัน เช่น การเข้าร่วมแสดงสินค้า ร่วมงาน Road show ของดีที่นี่พัทลุง “อัยย๊ะ พัทลุง” และการเปิดบริษัทปลาออแกนนิควิสาหกิจชุมชนจำกัด และได้นำผลิตภัณฑ์เหล่านี้จำหน่ายเป็นของฝากให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกิจกรรมวิจัย ได้ร่วมกับชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของฝาก บริการอื่น ๆ ของชุมชนทางการท่องเที่ยวที่ชุมชนเตรียมการไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้กับชุมชน ชุมชนมีความสามารถในการยกระดับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนได้เกือบครบทุกประเด็นทุกชุมชน ยกเว้นชุมชนเกาะเสือที่ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว กลุ่มของของฝาก ส่วนชุมชนอื่น ๆ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วยเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว การยกระดับพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของฝากจากชุมชน รวมถึงบริการอื่น ๆ ของชุมชนที่จะนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันออกไปและท้ายที่สุด ชุมชนเหล่านี้นำผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวองค์รวมมาใช้สำหรับรองรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวในชุมชน ต่อมาคณะผู้วิจัยได้สำรวจบริบทปัจจุบันห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจากกลุ่มผู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มที่พัก ร้านอาหาร ของฝาก ระบบการขนส่ง ฐานกิจกรรมการท่องเที่ยวและนักสื่อความหมายและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง พบว่าพื้นที่ตำบลพนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง มีเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวมากกว่าพื้นที่บริเวณตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน ต่อมาได้ใช้กิจกรรมการวิจัยเป็นตัวพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวดังนี้ มีการประชุมแต่ละชุมชนที่ยกระดับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยนำจุดแข็งหรือจุดเด่นมาต่อยอด นำชุมชนเดินทางไปศึกษาดูงานจังหวัดสตูล อบรมให้ความรู้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว อบรมให้ความรู้เรื่องมาตรฐาน อย. ให้กับชุมชนท่องเที่ยวที่พัฒนาสินค้ากลุ่มอาหาร มอบหมายให้ชุมชนกลับไปพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว และการให้คำปรึกษาและเป็นพี่เลี้ยงติดตามประเมินผลความสำเร็จพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มแพ

ปลาช่องฟืนจัดกิจกรรมเยาวชนอนุรักษ์เพื่อสร้างเรียนรู้ให้กับเยาวชนและทดลองให้เยาวชนเป็นนักสื่อความหมายเกี่ยวกับความรู้ทำประมงอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยว กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล ได้พัฒนาต้นไม้ของชุมชนเพื่อนำไปสร้างเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เชิงสร้างสรรค์ มีพัฒนารูปแบบกิจกรรมใหม่ เช่นหนำติดล้อนำเที่ยว ส่วนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมากพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างรับผิดชอบ พัฒนารูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนชุมชนโดยให้นักท่องเที่ยว ทำกิจกรรมอนุรักษ์บ้านปลา การปล่อยลูกกุ้งจากธนาคารกุ้ง และเชื่อมโยงกับฐานกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยชาวบ้าน ส่วนกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้พัฒนาศูนย์การเรียนรู้การทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์และการแปรรูปผลิตจากแป้งข้าวสังข์หยด และชุมชนทะเลน้อยได้พัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรมของชุมชนเน้นการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนทะเลน้อย ต่อมาคณะผู้วิจัยได้จัดประชุมระดมความคิดเพื่อพัฒนาตัวแบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ประด้วย 1) ปัจจัยต้นน้ำ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก 2) กลางน้ำ คือ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน และเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวชุมชน ที่ผู้ประกอบการเป็นผู้จัดเตรียมให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฐานกิจกรรมเชื่อมโยงและนักสื่อความหมาย ระบบขนส่งธุรกิจนำเที่ยว และ 3) ปลายน้ำ คือ ผลจากการบริการที่ส่งถึงลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว อย่างที่นักท่องเที่ยวคาดหวังหรือต้องการซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจนักท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมการประเมินความพึงพอใจ การแนะนำต่อ และการกลับมาเที่ยวซ้ำ รวมถึงการไหลการดำเนินงาน 3 ประการได้ การไหลเวียนทางกายภาพ การไหลเวียนทางด้านการเงินและการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ นอกจากที่ประชุมได้เสนอแนะตัวแบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรกำหนดให้หน่วยงานราชการและหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของตัวแบบห่วงโซ่อุปทานด้วยและนอกจากนี้เพื่อให้พัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้การกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนที่ ชุมชนท่องเที่ยวควรวางระบบการจัดการ 3 ขั้นตอนดังนี้ 1) ก่อนท่องเที่ยว เน้นการจัดการตามกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ชุมชนต้องสร้างระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อรองรับการค้นหาและการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว 2) ระหว่างท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวระหว่างท่องเที่ยว เป็นรูปแบบการจัดการโดยใช้มุมมองระบบในการดำเนินงานการบริการท่องเที่ยวของชุมชนโดยประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักที่สำคัญได้ ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยกระบวนการ และปัจจัยผลลัพธ์ และ 3) หลังการท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะต้องดำเนินกิจกรรมหลังจากการท่องเที่ยว ชุมชนต้องประเมินความพึงพอใจการท่องเที่ยว การแนะนำต่อหรือการแชร์ประสบการณ์ และกิจกรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำต่อมาประการสุดท้ายหลังจากมีการแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนและภาคีเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวร่วมกันทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ได้นำมาเชื่อมกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมได้ทดสอบจาก 2 พื้นที่คือพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ตำบลพนางตุงของ กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อย โดยทำการทดสอบกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศษ และกลุ่มนักเที่ยวชาวไทย สรุปโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความประทับใจกับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และกิจกรมการแปรรูปสินค้าชุมชน ส่วนการเชื่อมระหว่างห่วงโซ่อุปทานในพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อยได้นำผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนนำไปประสานกับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานระดับพื้นที่ได้ดี

แนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

การพัฒนาแนวทางกลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จากประชุมระดมความคิดเห็นได้เสนอว่า กลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวควรประกอบด้วย 5 องค์ประกอบดังนี้ 1) วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 2) การปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือการปรับตัวต่อเปลี่ยนแปลง 3) การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว 4) การสร้างความรู้และเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 5) กลไกและเครือข่ายนำไปสู่การจัดการ โดยได้การสร้างกลไกและเครือข่ายที่จะไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ส่วน ประกอบ 1) ชุมชนท่องเที่ยว 2) ส่วนราชการ 3) เครือข่ายธุรกิจในชุมชนและนอกชุมชน และ 4) หน่วยงานสนับสนุนทางวิชาการ ชุมชนได้นำตัวแบบกลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปดำเนินงานรวมถึงได้ดำเนินการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนกับห่วงโซ่อุปทาน โดยการร่วมกันสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาดูงาน ต่อมาได้พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ และเกิดการมีส่วนร่วมแต่ละชุมชน และกลไกและเครือข่ายเหล่านี้ได้ถูกทดสอบและทดลองจากกิจกรรมการวิจัย โดยเครือข่ายมีลักษณะที่สำคัญดังนี้ 1) ชุมชนท่องเที่ยวหรือกลุ่มบุคคล 2) กลุ่มเหล่านี้มีปฏิสัมพันธ์มีการประสานผ่านตัวบุคคลหรือองค์การ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน 3) มีการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 4) มีความเป็นอิสระต่อกันหมายถึงแต่ละกลุ่มมีกิจกรรมและเป้าหมายของตนเองอยู่แล้ว การเข้ามาร่วมเป็นเครือข่ายเป็นขั้นเป็นการเข้ามาร่วมเพียงบางส่วนเพื่อทำกิจกรรมหรือโครงการร่วมกัน และปัจจุบันเครือข่ายการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาระดับพื้นที่ยังคงอยู่

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: RDG62TO145

โครงการ: การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

นักวิจัย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ จุสปาโลและคณะ

Email: chairat.jus@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ: 1 ปี (ตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคม 2562– 14 มีนาคม 2563)

โครงการวิจัยเรื่องการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย เก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสำรวจ การสังเกต สัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง การประชุมระดมความคิดเห็น การสนทนากลุ่มกับผู้คนในชุมชนพื้นที่และการถ่ายทอดความองค์ความรู้วิธีการต่าง ๆ และรวมการทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการเศรษฐกิจสังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ด้านคุณภาพการบริการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก จากประเมิน 7 ชุมชน พบว่า มีเพียง 1 ชุมชนอยู่ในระดับดีเยี่ยม ที่ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่อยู่พอใช้ถึงระดับดี และพบว่าด้านที่ควรปรับปรุงเหมือนกันทุกชุมชน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย พบว่าสามารถพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์จากกลุ่มแพปลาช่องฟืน กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว และกลุ่มแปรรูปเคยปลาชุมชนทะเลนำไปสู่เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP ส่งผลให้ 5 ผลิตผลิตภัณฑ์และสามารถนำผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) ได้แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวจำนวน 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ และได้นำไปเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ได้ทดสอบและพัฒนาตัวแบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ได้เป็นองค์ความรู้ส่งมอบให้กับชุมชนนำไปปฏิบัติงานได้ และ 4) ได้แนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบดังนี้ 1) วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 2) การปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือการปรับตัวต่อเปลี่ยนแปลง 3) การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว 4) การสร้างความรู้และเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 5) กลไกและเครือข่ายนำไปสู่การจัดการ โดยได้มีการสร้างกลไกและเครือข่ายที่จะไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ส่วน ประกอบ ชุมชนท่องเที่ยว ส่วนราชการ เครือข่ายธุรกิจในชุมชนและนอกชุมชน และหน่วยงานสนับสนุนทางวิชาการ องค์ความรู้ทั้งหมดนี้สามารถการขยายผลไปสู่ชุมชนอื่น ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนรอบพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบต่อไป

คำหลัก : การท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วม ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

Abstract

Project Code: RDG62TO145

Project Name: Empowering community-based tourism management potential on tourism products' identity in Songkhla Lagoon

Researcher: Assistant Professor Dr. Chairat Jusapalo

Email: chairat.jus@hotmail.com

Duration: 1 year (from 15 March 2020 to 14 March 2020)

Research Title Empowering community-based tourism management potential on tourism products' identity in Songkhla Lagoon. This research use qualitative research methods and collect data with surveys, observations, in-depth interviews with relevant parties, brainstorming meeting, group conversation with the people in the community, the area, and the transfer of knowledge and various methods, and include the testing of tourism products. The results of the research showed that 1) Assessment results according to the criteria of Designated Areas for Sustainable Tourism Administration Amount 6 aspects which are, namely tourism management by communities Management, economy, society and good quality of life Conservation and promotion of cultural heritage Systematic and sustainable management of natural resources and the environment Quality of tourism services by communities promoting public relations and working together. Found that only 1 community is at a high level that the rest is mostly at a good level and found that the aspects that should be improved from the 7 communities are the same, namely promotion, public relations and working together. 2) Community product development to request OTOP product marks to support sales Found that the product quality can be improved from the firewood fish raft group Vijayalai Ruang Khao Group And sea fish processing groups, leading to OTOP product marks, resulting in 5 products being produced and able to connect these products to the community tourism and create a community product marketing network. 3) Have guidelines for developing tourism products in the tourism community, consisting of 7 product groups And has led to linking the tourism supply chain with participation Have tested and developed the tourism supply chain model and developed community tourism management guidelines in accordance with the tourism supply chain guidelines Has become a body of knowledge delivered to the community for implementation 4) Have a way to develop a mechanism and a network of tourism management by community-based on identity in the Songkhla Lagoon consisting of 5 components as follows 1. Vision and goals of community tourism. It consists of 5 components as follows 1. Community vision and goals of tourism together. 2. Concept change or adaptation. 3. Self-development and the development of tourism communities. 4. Creating knowledge and learning about tourism management by the community together. 5. Mechanisms and networks leading to management. By creating a mechanism and network that will lead to tourism management by 4 communities,

consisting of tourism communities, government agencies, business networks in communities and outside communities And academic support agencies All of this knowledge can be Expansion into other communities for tourism development by communities around the songkhla lagoon
Keywords: Community Based Tourism, Participation, Travel products, Songkhla lagoon

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
บทสรุปผู้บริหาร	(2)
บทคัดย่อไทย	(6)
ABSTRACT	(7)
สารบัญ	(ก)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	4
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดทางการท่องเที่ยว	6
2.2 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	7
2.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	10
2.4 ห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว	10
2.5 การบริหารจัดการองค์การธุรกิจ	13
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	
4.1 ผลการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	29
4.2 ผลการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน	67
4.3 แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม	84
4.4 แนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	164
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	182
5.2 ข้อเสนอแนะ	190
บรรณานุกรม	194
ภาคผนวก	199

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 ประเภทนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว 7
ตารางที่ 2.2 คำอธิบายแบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8
ตารางที่ 2.3 การตีความผลคะแนนการประเมิน 9
ตารางที่ 3.1 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล 24
ตารางที่ 4.1 แบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน 29
ตารางที่ 4.2 การตีความผลคะแนนการประเมิน 31
ตารางที่ 4.3 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนวิชชาลัยรวงข้าว 32
ตารางที่ 4.4 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชนวิชชาลัยรวงข้าว 32
ตารางที่ 4.5 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม 32
ตารางที่ 4.6 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบวิชชาลัยรวงข้าว 33
ตารางที่ 4.7 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิชชาลัยรวงข้าว 33
ตารางที่ 4.8 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ 34
ตารางที่ 4.9 รวมคะแนนทั้งหมดของกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 34
ตารางที่ 4.10 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนทะเลน้อย 36
ตารางที่ 4.11 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีชุมชนทะเลน้อย 36
ตารางที่ 4.12 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชนทะเลน้อย 37
ตารางที่ 4.13 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบชุมชนทะเลน้อย 37
ตารางที่ 4.14 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนชุมชนทะเลน้อย 37
ตารางที่ 4.15 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนทะเลน้อย 38
ตารางที่ 4.16 รวมคะแนนทั้งหมดชุมชนทะเลน้อย 38
ตารางที่ 4.17 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 40
ตารางที่ 4.18 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 40
ตารางที่ 4.19 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 41
ตารางที่ 4.20 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 41
ตารางที่ 4.21 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 42
ตารางที่ 4.22 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 43
ตารางที่ 4.23 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 43

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.24 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 45
ตารางที่ 4.25 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 45
ตารางที่ 4.26 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 45
ตารางที่ 4.27 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบบ้านเกาะเสือ 46
ตารางที่ 4.28 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 46
ตารางที่ 4.29 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนบ้านเกาะเสือ 47
ตารางที่ 4.30 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 47
ตารางที่ 4.31 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน 49
ตารางที่ 4.32 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน 49
ตารางที่ 4.33 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน 50
ตารางที่ 4.34 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบบ้านเขาชัน 50
ตารางที่ 4.35 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน 50
ตารางที่ 4.36 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนบ้านเขาชัน 51
ตารางที่ 4.37 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน 51
ตารางที่ 4.38 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 53
ตารางที่ 4.39 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 53
ตารางที่ 4.40 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 54
ตารางที่ 4.41 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 54
ตารางที่ 4.42 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 54
ตารางที่ 4.43 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 55
ตารางที่ 4.44 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 55
ตารางที่ 4.45 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก 57
ตารางที่ 4.46 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก 57
ตารางที่ 4.47 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก 58
ตารางที่ 4.48 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก 58
ตารางที่ 4.49 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก 58
ตารางที่ 4.50 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนเกาะหมาก 59
ตารางที่ 4.51 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก 59
ตารางที่ 4.52 ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 61

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.53 แผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก จังหวัดพัทลุง ระยะ 3 ปี 65
ตารางที่ 4.54 แผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ระยะ 3 ปี 66
ตารางที่ 4.55 สรุปผลการจัดกลุ่ม OTOP Segmentation 74
ตารางที่ 4.56 การวิเคราะห์กลยุทธ์จากจุดแข็งและโอกาส (S-O Strategy) 79
ตารางที่ 4.57 การวิเคราะห์กลยุทธ์จากจุดแข็งและอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม (S-T Strategy) 80
ตารางที่ 4.58 การวิเคราะห์กลยุทธ์จากจุดอ่อนและโอกาส (W-O Strategy) 81
ตารางที่ 4.59 การวิเคราะห์กลยุทธ์จากจุดอ่อนและอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม (W-T Strategy) 82
ตารางที่ 4.60 องค์ประกอบและที่มาขององค์ประกอบรูปแบบ 83
ตารางที่ 4.61 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 85
ตารางที่ 4.62 โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน one day trip ของกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน 88
ตารางที่ 4.63 โปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 วัน (one day trip) 91
ตารางที่ 4.64 โปรแกรม ทะเลน้อย ข้าวสังข์หยดอินทรีย์ แบบ 1 วัน one day trip 94
ตารางที่ 4.65 โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน ของชุมชนทะเลน้อย 96
ตารางที่ 4.66 โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน : เกาะเสือสคูลสเตย์ 100
ตารางที่ 4.67 โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน : กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 102
ตารางที่ 4.68 โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน : กลุ่มเขาชัน 105
ตารางที่ 4.69 โปรแกรมท่องเที่ยววันเดียว 108
ตารางที่ 4.70 โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน เกาะหมาก-ช่องฟืน 109
ตารางที่ 4.71 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนเชื่อมกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว 119
ตารางที่ 4.72 การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวกับโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม 120
ตารางที่ 4.73 ปัจจัยต้นน้ำ เกาะหมาก อำเภอปากพะยูน 147
ตารางที่ 4.74 ปัจจัยกลางน้ำเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน 148
ตารางที่ 4.75 ปัจจัยต้นน้ำพื้นที่กลุ่มวิชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อย 159
ตารางที่ 4.76 ปัจจัยกลางน้ำพื้นที่กลุ่มวิชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อย 160
ตารางที่ 4.77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลากับกลไกและเครือข่าย 173
ตารางที่ 5.1 คะแนนผลการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 182

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย 5
ภาพที่ 2.1 ความเชื่อมโยงห่วงอุปทานการท่องเที่ยว 12
ภาพที่ 4.1การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 35
ภาพที่ 4.2 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนทะเลน้อย 39
ภาพที่ 4.3 การแสดงผลคะแนนแบบผังผังกลุ่มกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 44
ภาพที่ 4.4 การแสดงผลคะแนนแบบผังผังกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 48
ภาพที่ 4.5 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน 52
ภาพที่ 4.6 แสดงคะแนนแบบแผนผังกลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 56
ภาพที่ 4.7 แสดงคะแนนแบบแผนผังกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก 60
ภาพที่ 4.8 ขั้นตอนการยื่นเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน 68
ภาพที่ 4.9 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย ปลาหยองเพื่อสุขภาพ 69
ภาพที่ 4.10 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย แป้งข้าวสังข์หยด 70
ภาพที่ 4.11 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย ขนมคุ้กกี้ข้าวสังข์หยด 71
ภาพที่ 4.12 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย น้ำเคยปลาและพุงปลาเข้มข้น 72
ภาพที่ 4.13 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย เคยปลาทะเลน้อย 73
ภาพที่ 4.14 ความเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการท่องเที่ยวชุมชน 76
ภาพที่ 4.15 เส้นทางท่องเที่ยวแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน 86
ภาพที่ 4.16 กิจกรรมประมงอนุรักษ์ 87
ภาพที่ 4.17 การแปรรูปอาหาร 87
ภาพที่ 4.18 ผลิตภัณฑ์ของฝากกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน 89
ภาพที่ 4.19 เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 90
ภาพที่ 4.20 ผลิตภัณฑ์ของฝาก ข้าวสังข์หยด แป้งข้าว ขนม และสินค้าจากข้าวสังข์หยด 92
ภาพที่ 4.25 แผนที่และเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนทะเลน้อย 93
ภาพที่ 4.26 ผลิตภัณฑ์ของฝากชุมชนทะเลน้อย 98
ภาพที่ 4.27 เส้นทางท่องเที่ยวเกาะเสือ 99

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.28 เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 101
ภาพที่ 4.29 ผลิตภัณฑ์กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 103
ภาพที่ 4.30 เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเขาชัน 104
ภาพที่ 4.31 ผลิตภัณฑ์ของฝากกลุ่มเขาชัน 106
ภาพที่ 4.32 แผนที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก 107
ภาพที่ 4.33 ผลิตภัณฑ์ของฝากกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก 110
ภาพที่ 4.34 การพัฒนาตัวแบบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวพื้นที่ตำบลพนางตุง 111
ภาพที่ 4.35 การพัฒนาตัวแบบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวพื้นที่ตำบลเกาะหมาก 111
ภาพที่ 4.36 ตัวแบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 112
ภาพที่ 4.37 การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว 116
ภาพที่ 4.38 กิจกรรมส่งเสริมเยาวชนเรียนรู้ประมงอนุรักษ์ 122
ภาพที่ 4.39 กิจกรรมส่งเสริมเยาวชนเรียนรู้ประมงอนุรักษ์ 123
ภาพที่ 4.40 กิจกรรมส่งเสริมเยาวชนนำนักท่องเที่ยวบูรณาการกับประมงอนุรักษ์ 123
ภาพที่ 4.41 ธนาคารสัตว์น้ำ 124
ภาพที่ 4.42 แม่กุ้งก้ามกรามที่มีไข่ 124
ภาพที่ 4.43 กิจกรรมการเปิดประตูสู่หัวหิน 125
ภาพที่ 4.44 กิจกรรมไทรโอบรัก 126
ภาพที่ 4.45 โรงเรือนที่ออกแบบสร้างใหม่ 127
ภาพที่ 4.46 ศูนย์เรียนรู้การทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์ 128
ภาพที่ 4.47 ผู้เข้าร่วมอบรม มาตรฐาน อย. 129
ภาพที่ 4.48 ผู้ประเมินมาตรฐานสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง 129
ภาพที่ 4.49 ให้คำปรึกษาจากสถานที่จริง 129
ภาพที่ 4.50 การตรวจประเมินเบื้องต้นกลุ่มไข่ในหิน 131
ภาพที่ 4.51 การตรวจประเมินเบื้องต้น กลุ่มน้ำพริก 132
ภาพที่ 4.52 การตรวจแบบก่อสร้างอาคารกลุ่มแพปลาช่องฟืน 132

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.53 การตรวจประเมินเบื้องต้นกลุ่มแพปลาช่องฟืน 133
ภาพที่ 4.54 กิจกรรมกลุ่มแพปลาช่องฟืน 133
ภาพที่ 4.55 อบรมเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน 134
ภาพที่ 4.56 กิจกรรมยกไซปลา 137
ภาพที่ 4.57 ฟังเรื่องเล่าไทรโอบรัก 137
ภาพที่ 4.58 กิจกรรมนั่งรถหนำติดล้อ 138
ภาพที่ 4.59 กิจกรรมไข่ในหิน 138
ภาพที่ 4.60 กิจกรรมยกไซ 139
ภาพที่ 4.61 วัดเกาะโคบ 139
ภาพที่ 4.62 กิจกรรมธนาคารกุ้ง 140
ภาพที่ 4.63 การปล่อยลูกกุ้ง 141
ภาพที่ 4.64 สนับสนุนธนาคารกุ้ง 141
ภาพที่ 4.65 กิจกรรมการสร้างบ้านปลา 142
ภาพที่ 4.66 นักท่องเที่ยวสร้างบ้านปลา 142
ภาพที่ 4.67 กิจกรรมจดทะเบียนสมรส ณ ไทรโอบรัก @ บ้านหัวหิน 143
ภาพที่ 4.68 คู่สมรสณ ไทรโอบรัก 144
ภาพที่ 4.69 กิจกรรมท่องเที่ยวของคู่สมรส 144
ภาพที่ 4.70 กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว 145
ภาพที่ 4.71 ถอดบทเรียนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 146
ภาพที่ 4.72 การทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว 152
ภาพที่ 4.73 การต้อนรับนักท่องเที่ยว 153
ภาพที่ 4.74 การสีข้าวด้วยครกสีข้าวโบราณ 153
ภาพที่ 4.75 การนวดข้าว การฝัดข้าว 154
ภาพที่ 4.76 การฝัดข้าว 154
ภาพที่ 4.77 การขนมจากแป้งข้าวสังข์หยด 154
ภาพที่ 4.78 การขนส่งนักท่องเที่ยวในชุมชน 155
ภาพที่ 4.79 การกลิ้งกระจูดในชุมชน 155
ภาพที่ 4.80 การสานกระจูดในชุมชนทะเลน้อย 156
ภาพที่ 4.81 การทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงาน 157

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.82 การทดสอบการสีข้าวด้วยเครื่องสีข้าวแบบโบราณ 157
ภาพที่ 4.83 การทดสอบการทำขนม 158
ภาพที่ 4.84 การทำขนมข้าวพองกรอบจากข้าวสังข์หยด 158
ภาพที่ 4.85 ประชุมเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก 165
ภาพที่ 4.86 กิจกรรมการวิจัยที่พัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 171
ภาพที่ 4.87 ตัวแบบกลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน 174
ภาพที่ 4.88 จัดประชุมเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวพัทลุงร่วมกับสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาพัทลุง 176

บทที่ 1
บทนำ

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” ส่วนของบทนำมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย รัฐบาลจึงได้กำหนดในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในประเด็นด้านท่องเที่ยวของประเทศ ให้มุ่งพัฒนาความหลากหลาย คุณภาพ มีความเป็นมืออาชีพและสร้างความประทับใจที่คุ้มค่ากับนักท่องเที่ยวทั่วโลกและสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวไทย และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) สนับสนุนให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลโดยเน้นพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพระดับชั้นนำของโลกเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวโลก และทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นให้กับประเทศ การท่องเที่ยวของประเทศไทยเจริญเติบโตบนพื้นฐานของความเป็นไทยและโดยใช้แนวทางการท่องเที่ยวโดยชุมขน เพื่อให้คนในชุมชนสามารถจัดการการท่องเที่ยวของพื้นที่ตนเองและก่อให้การกระจายรายได้สู่ชุมชน ช่วยปกป้องและสร้างภูมิคุ้มกันด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เปิดแคมเปญ AMAZING THAILAND GO LOCAL เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการกระจายตัวได้เดินทางไปท่องเที่ยวตามภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ภาคใต้มีแหล่งท่องเที่ยวน่าสนใจอยู่ในหลายจังหวัดและพบว่าในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วยจังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา ยังมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่ยังคงไม่เป็นที่รู้จัก (Unseen) ซึ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นเสียโอกาสทางด้านธุรกิจการท่องเที่ยวพอสมควร นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวก็เสียโอกาสได้เยี่ยมชมสัมผัสถึงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวพื้นลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ดังนั้นทุกภาคส่วนควรต้องร่วมกันเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับ ชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในแหล่งพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาซึ่งมีฐานทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งทะเลสาบตอนกลาง และทะเลสาบตอนบนอยู่ในอาณาเขตของจังหวัดพัทลุง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และรวมถึงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ได้ให้ความสำคัญพื้นที่ท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย โดยเฉพาะพื้นที่ทะเลสาบสงขลา และโดยเฉพาะอย่างพื้นที่จังหวัดพัทลุง ที่สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวน้อยกว่าเมื่อเทียบกับฝั่งอันดามันและจังหวัดใกล้เคียง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ได้สนับสนุนงบประมาณดำเนินการวิจัยหลายโครงการเชื่อมโยงกัน เช่น ในรอบปี พ.ศ. 2559 เรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวภายใต้อัตลักษณ์และวิถีของท้องถิ่นลุ่มน้ำทะเลสาบ นครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา ต่อมา พ.ศ. 2560 ให้การสนับวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ พ.ศ. 2561 เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

จากผลการวิจัยดังกล่าวได้ฐานข้อมูลโดยภาพรวมของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ พัทลุงทั้งจังหวัด ประกอบด้วย อำเภอเมืองพัทลุง ปากพะยูน ป่าบอน บางแก้ว เขาชัยสน ตะโหมด

กงหรา ควนขนุน ศรีบรรพต ป่าพะยอม จังหวัดสงขลา 12 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสงขลา หาดใหญ่ สะเดา นาหม่อม คลองหอยโข่ง รัตภูมิ บางกล่ำ ควนเนียง สิงหนคร สทิงพระ กระแสสินธุ์ และระโนด และจังหวัดนครศรีธรรมราช 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอชะอวด และอำเภอหัวไทร

พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิต และงานกิจกรรมประเพณีต่าง ๆ แหล่งประวัติศาสตร์โบราณคดี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยมีชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง และจังหวัดสงขลา พบว่าพื้นที่มีความหลากหลายของอัตลักษณ์และวิถีของท้องถิ่นลุ่มน้ำทะเลสาบ สามารถพัฒนาต่อยอดโดยคนในชุมชน ที่จะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และวิจัยเพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของชุมชนได้ทั้งรูปแบบของฝากของที่ระลึกและนำกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์นำมาเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนได้เช่นกัน และเรื่องความสามารถในการจัดการแต่ละชุมชนที่จะสร้างผลประโยชน์มีความสามารถมากน้อยและแต่ละชุมชนแตกต่างกัน นอกจากนี้ในรอบ 1-2 ปี ที่คณะนักวิจัยและภาคีเครือข่ายได้เข้ามาขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนกลาง บริเวณบริเวณจังหวัดพัทลุง มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยใน พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง 1,684,000 คน มีอัตราการขยายตัวเป็นอันดับ 4 ของประเทศไทย และได้รับรายได้จากการท่องเที่ยว 3,489 ล้านบาท มีอัตราเติบโตมาร้อยละ 10 จากแนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเตรียมการในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็ง พร้อมที่รองรับการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดรายได้ และเพื่อให้การดำเนินการการจัดการและการดูแลแหล่งท่องเที่ยวสามารถดำเนินการโดยคนในชุมชน ส่วนราชการ และภาคีเครือข่ายในพื้นที่

จากผลการวิจัย ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ จุสปาโล และคณะ ในปี พ.ศ. 2561 เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้า รวมได้พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวให้ชุมชน แต่อย่างไรก็ตามพบว่าชุมชนยังขาดความรู้และขาดศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่คัดเลือกคัดเลือกชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน และชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลพนางตุง อ.ควนขนุน จังหวัดพัทลุง ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงจำเป็นประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และต้องการต่อยอดจากผลวิจัยจากพ.ศ. 2561 ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อที่ทำการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอ OTOP เพื่อรองรับการจำหน่ายเชื่อมการท่องเที่ยวและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้ชุมชนยังมีความต้องการให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและนำไปเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ และประการสุดท้ายเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาวควรพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การศึกษาครั้งนี้คาดว่าจะก่อให้เกิดความยั่งยืน เพื่อติดปีกเพิ่มสมรรถนะในการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนและท้ายที่สุดการวิจัยครั้งนี้จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเองภายในชุมชน และเรียนรู้ร่วมกันกับบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกชุมชนที่จะเข้าทำงานเป็นเครือข่ายและกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนพื้นฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ก่อให้เกิดการบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนโดยใช้กลไกการทำงานอย่างมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายโดยมุ่งการยกระดับเศรษฐกิจ ยกคุณภาพชีวิต และรักษาสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

1.2.2 เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

1.2.4 เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐาน อัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตเชิงเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย คือ การยื่นคำขอเพื่อขอรับการประเมินเพื่อขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์บ้านช่องฟืน ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว ผลิตภัณฑ์กลุ่มเคยปลาทะเลน้อย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการเชื่อมโยงการพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจของที่ระลึก ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจนำเที่ยว

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism Standard) กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา โดยคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านความเห็นชอบโดย คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ดังนี้ (1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (3) ด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชมุชน (4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (5) ด้านคุณภาพการบริการการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน และ (6) ด้านส่ง เสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาดและการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

1.3.2 ขอบเขตเชิงพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ชุมชนในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาดังนี้

1) ชุมชนบ้านช่องฟืน และเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยว ต.เกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

2) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว ต.พนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

3) กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย ต.พนางตุง จังหวัดพัทลุง

1.3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพัทลุง องค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย 10 คน

2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านต่าง ๆ ได้แก่ การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว และการสร้างแนวทางการมีส่วนร่วมร่วมถึงการพัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายชุมชนละ 50 คน

3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สำหรับการศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จำนวน 30 คน ได้แก่ ภาครัฐ หรือบริษัททัวร์ภาคเอกชน หรือนักท่องเที่ยว

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

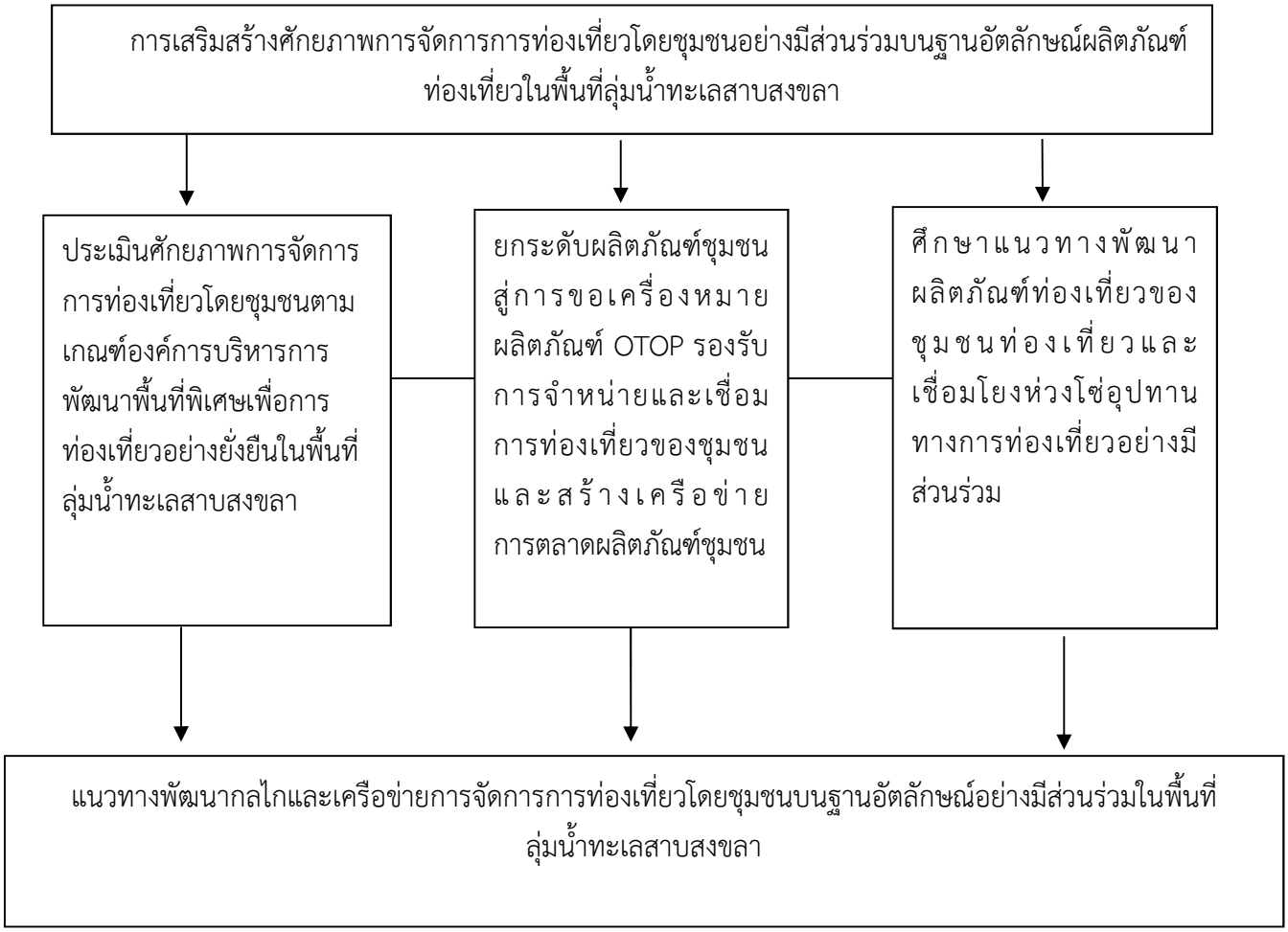
1.4.1 การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ที่ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (3) ด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน (4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (5) ด้านคุณภาพการบริการการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน และ (6) ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงาน ร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก

1.4.2 การยกระดับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา หมายถึง การยื่นคำขอเพื่อขอรับการประเมินเพื่อขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์บ้านช่องฟืน ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว ผลิตภัณฑ์กลุ่มเคยปลาทะเลน้อย

1.4.3 การจัดการอย่างมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว คือ ด้านการมีส่วนร่วมวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

1.4.4 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชน หมายถึง เส้นทาง กิจกรรม โปรแกรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของฝาก และบริการอื่น ๆ ทางการท่องเที่ยวของชุมชน

1.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

บทที่ 2
การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” นักวิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เพื่อให้เห็นความสอดคล้องกับพื้นที่และแนวทางการวิจัย ประกอบด้วย

2.1 แนวคิดทางการท่องเที่ยว

นักวิจัยควรมีการทำความเข้าใจกับความหมายของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจบริบทของการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อน หย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2544) คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ซึ่งมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้น โดยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ไม่ว่าจะเกี่ยวข้องทางตรง เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจจัดนำเที่ยว หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมกับการท่องเที่ยว เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) คือ การเดินทางของคนไทยและต่างชาติ (ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้ว) จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง หรือจากจังหวัดที่เป็นถิ่นพานักถาวรไปยังจังหวัดอื่นชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แต่ต้องไม่ใช่การไปทำงานประจำ เพื่อการศึกษาและไม่เป็นคนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป

ผู้เยี่ยมเยือน (Visitor) คือ บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพานักถาวรของตนเองไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมิได้รับค่าจ้างในการระหว่างการเดินทาง ดังกล่าว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ผู้เยี่ยมเยือนที่ค้างคืนกับผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่ค้างคืน

1. ผู้เยี่ยมเยือนเยือนประเภทที่มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือ เรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”

2. ผู้เยี่ยมเยือนเยือนประเภทที่ไม่มีการค้างคืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้นหรือเรียกว่า “นักทัศนาจร (Excursionist or same day visitor)”

(Smith, 1978 อ้างถึง ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548) กล่าวถึงนักท่องเที่ยว 7 ประเภท โดยพิจารณาจากการหลั่งไหลสู่แหล่งท่องเที่ยวและจำนวน อีกทั้งการปรับตัวและความคาดหวังสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ประเภทนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

ประเภท	จำนวน	การปรับตัวในแหล่งท่องเที่ยว
Explorer	แทบไม่มี	ปรับตัวดีมาก
Elite	มีน้อยมาก	ปรับตัวดีมาก
Off-beat	พอมีให้เห็นน้อยมาก	ปรับตัวได้ดี
Unusual	มีบ้าง	ปรับตัวบ้าง
Incipient mass	เริ่มเข้ามาเรื่อยๆ	แสวงหาความสะดวก
Mass	เข้ามาอย่างต่อเนื่อง	คาดหวังสิ่งอำนวยความสะดวก
Charter	เข้ามาครั้งละจำนวนมาก	ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก

Macro Polo เป็นตัวอย่างของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Explorer กล่าวคือเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มแรก ๆ ที่เดินทางเข้าไปในพื้นที่ จากนั้นจะเป็นกลุ่ม Elite ซึ่งเป็นคนร่ำรวยและเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ Off-beat คือกลุ่มที่ต้องการไปในสถานที่ใหม่ๆ และยอมรับสภาพของสถานที่นั้นๆและยอมรับสภาพของสถานที่นั้นๆได้ดี Unusual นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีลักษณะคล้ายกลุ่มก่อน หน้านี้ แต่มักปรับตัวได้ไม่มากเท่า 3 กลุ่มสุดท้ายจะเป็นนักท่องเที่ยวที่พบมาก โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่เริ่มมีคนรู้จักจนถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง Incipient mass การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีให้เห็นเรื่อยๆ นักท่องเที่ยวแสวงหาสิ่งอำนวยความสะดวก Mass นักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และคาดหวังที่จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ กลุ่มสุดท้าย คือ Charter เป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นยังต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตนเองคุ้นเคย

(Cohen, 1972 อ้างถึง ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548) กล่าวถึงนักท่องเที่ยว 4 ประเภท แนวคิดของ Cohen คือนักท่องเที่ยวมีความต้องการ 2 อย่าง อยู่ในตัวเองอย่างแรกคือ ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ แต่ในขณะเดียวกันก็มีอีกความต้องการหนึ่งคือ ความรู้สึกปลอดภัยกับสิ่งที่คุ้ยเคยเหมือนอยู่บ้าน และในนักท่องเที่ยว 4 กลุ่มนี้มีส่วนผสมของความต้องการทั้งสองในสัดส่วนที่แตกต่างกัน

2.2 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ใช้ตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism Standard) ตามมาตรฐานของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา โดยคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านความเห็นชอบโดย คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่ ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (3) ด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชมุชน (4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (5) ด้านคุณภาพการบริการการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน และ (6) ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการ เข้าถึงตลาด และการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก

คำอธิบายแบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. เกณฑ์การประเมินชุดนี้มีแบ่งเป็น 6 ด้าน ซึ่งมีเป้าประสงค์รวม ทั้งสิ้น 31 เป้าประสงค์ ดังนี้

ตารางที่ 2.2 คำอธิบายแบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี	
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม	
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ
4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน	
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือ สิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ
5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	
หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ	
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ
หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย	
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ
6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก	
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน

2. เป้าประสงค์แต่ละข้อ จะประกอบด้วยเกณฑ์ย่อยในการพิจารณา ประเมินที่แตกต่างกันไป
3. เกณฑ์แต่ละข้อจะมี “ข้อการประเมิน” เป็นข้อย่อยซึ่งคณะตรวจ ประเมินจะต้องประเมินเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

    3.1 คณะตรวจประเมินพิจารณา “ข้อการประเมิน” ข้อย่อยของแต่ละเกณฑ์ ดังนี้ ให้พิจารณาตาม “ข้อการประเมิน” และ ทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อการประเมินข้อที่ตรงกับคุณสมบัติของกลุ่มฯ

    3.2 รวมคะแนน “ข้อการประเมิน” ที่กลุ่มฯ มีคุณสมบัติตรงและทำเครื่องหมาย √ ในช่องการให้คะแนน โดยพิจารณาตาม “เกณฑ์การให้ คะแนน” ของแต่ละข้อที่แตกต่างกันไป

    3.3 คณะตรวจประเมินให้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาในแต่ละข้อที่ประเมิน เพื่อประโยชน์ของการนำไปพัฒนากลุ่มฯ ต่อไป

4. ลงคะแนนในใบสรุปคะแนนการประเมินตามเกณฑ์โดยชุมชนในใบสรุปผลคะแนน
5. รวมคะแนนของเป้าประสงค์ทั้งหมด
6. เมื่อรวมคะแนนดิบเรียบร้อยแล้ว ให้คูณด้วยค่าถ่วงน้ำหนัก
7. เมื่อได้คะแนนหลังการถ่วงน้ำหนักแล้ว ให้คำนวณคะแนนเพื่อให้สามารถแสดงผลบนกราฟใยแมงมุมเพื่อให้เห็นภาพว่าจะต้องหนุนเสริมด้านใดบ้าง

ตารางที่ 2.3 การตีความผลคะแนนการประเมิน

คะแนนดิบ	**ระดับ**
3.01-4.00	ดีเยี่ยม
2.01 – 3.00	ดี
1.01 – 2.00	พอใช้
0.00 – 1.00	ควรปรับปรุง

8. เมื่อได้คะแนนแล้วให้นำคะแนนไปใส่บนกราฟใยแมงมุม เพื่อเป็นการสรุปผลการพัฒนาในแต่ละด้านต่อไป

2.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added value creation) หมายถึง วิธีการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ (Aaker. 2001: 154) เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและบริการ เนื่องจากสิ่งที่ลูกค้าต้องการไม่ใช่แค่คุณค่า แต่เป็นมูลค่าเพิ่มทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ

ทั้งนี้มูลค่าเพิ่มอาจเป็นการอธิบายหรือแนะนำรวมทั้งปรับภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว หรือเพิ่มสิ่งต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว (Add-on that give) เพื่อ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Repeat visitation) เกิดการบอกต่อ (Word-of-mouth) (Jago et al. 2000) และเต็มใจ ที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในราคาที่สูงขึ้น กล่าวได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและความพึงพอใจของลูกค้า (Aaker. 2001: 154) โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ที่เหนือกว่า (Superior Tourism product offering) เป็นการออกแบบลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์/บริการให้แตกต่างจากคู่แข่งขัน และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า/

นักท่องเที่ยวได้การสร้างความแตกต่างด้านการบริการ (Services differentiation) การสร้างความแตกต่างด้านบุคลากร (Personnel differentiation) การสร้างความแตกต่างด้านบุคลากร (Personnel differentiation) และการสร้างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นสินค้าหรือบริการใด ๆ ที่จะมีคุณค่า(Value) ก็คือสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการ(Want) ของลูกค้าได้ ลูกค้ามีความรู้สึกประทับใจ คลายความกังวล (Pain Relief) และลูกค้ารู้สึกว่าได้มากกว่าหรือคุ้มค่ากับสิ่งที่จ่ายไป (Gain) การสร้างคุณค่า (Value Creation) ของสินค้าหรือบริการได้ ซึ่งก็ไม่ได้หมายความว่าต้องลดราคาเสมอไป ดังนั้นการสร้างคุณค่า (Value Creation) ให้สินค้าหรือบริการในกรณีนี้คือ Feature: โปรแกรมทัวร์ที่ไปดูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม เลือกเฉพาะที่เด่นๆ เพื่อที่จะได้มีเวลาอิสระให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้า (Shopping) หรือ พักผ่อนตามอัธยาศัยหลังจากเหนื่อยล้าจากการเดินทาง

Advantage: ข้อได้เปรียบหรือข้อแตกต่างที่มีมากกว่าคู่แข่งซึ่งต้องตอบสนองความต้องการ (want) ของลูกค้าด้วย เช่น มีทัวร์ไกด์ท้องถิ่น สามารถสื่อสารกันเข้าใจ อธิบายแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ที่มาที่ไปของ วัฒนธรรม ได้อย่างชัดเจน

Benefit: ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการซึ่งก็ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ด้วย ยกตัวอย่างเช่นการสะสมแต้มเพื่อนำไปเป็นส่วนลดในโปรแกรมทัวร์ แหล่งทางธรรมชาติ ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม อื่นๆ ซึ่งถือเป็นการทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (Re-purchase) เป็นต้น

2.4 ห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) เป็นที่รู้จักและถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในภาคอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ แต่สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น แนวคิดเรื่องโซ่อุปทานการท่องเที่ยวยังถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ (Hongxia Xianhao and Wen, 2011) ที่มีการศึกษาวิจัยในจำนวนจำกัด (Zhang et al., 2009; Piboonrungroj, 2009; Koblun, 2011) โดยความหมายของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวนั้น มีความใกล้เคียงกับความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการและการตลาดในห่วงโซ่อุปทาน (Song, 2012) นอกจากนี้ยังมีความหมายคล้ายคลึงกับห่วงโซ่คุณค่าท่องเที่ยว (Tourism Value Chain) (Kaukal et al., 2000) ซึ่งประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ผู้ส่งมอบวัตถุดิบและบริการ (Tourism Supplier), บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator), บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel

Agent) และนักท่องเที่ยว (Tourist) ที่เป็นผู้มีบทบาทหลักคอยทำหน้าที่เชื่อมโยงประสานกันภายในโซ่อุปทานหนึ่งๆ ทั้งในแนวดิ่ง (Vertical) และในแนวราบ (Horizontal) ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) จนถึงปลายน้ำ (Downstream) (Alford, 2005; Kaukal et al., 2000; Yilmaz and Bititci, 2006; กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว (Zhang et al., 2009) โดยมีเป้าหมายหลัก คือ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยรวมสูงสุดจากการเดินทางท่องเที่ยวในหนึ่งเส้นทาง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถทำงานสอดประสานกัน (Collaboration) ได้อย่างลงตัว เพื่อตอบสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (คมสัน สุริยะ และไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, ม.ป.ป)

ดังนั้น โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมถึงหลายฝ่ายไม่ได้เป็นแค่เพียงสิ่งที่นักท่องเที่ยวสัมผัสกับผู้ให้บริการเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน (ชนินทร์ อยู่เพชร, 2554)

องค์ประกอบของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

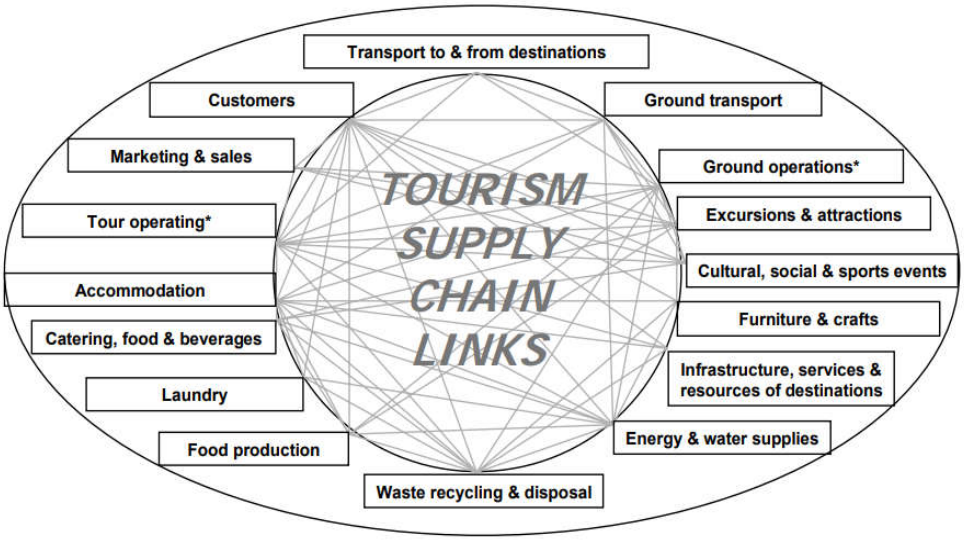
โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นการเชื่อมโยงประสานกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยมีกระบวนการที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ กระบวนการดังกล่าวนำมาซึ่งองค์ประกอบของโซ่อุปทานท่องเที่ยว ที่ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

(1) การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายรวมถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว

(2) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) หมายรวมถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น

(3) การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายรวมถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และการซื้อตั๋วเดินทางต่าง ๆ เป็นต้น (คมสัน สุริยะ, 2551; วุฒิไกร งามศิริจิตต์ และคณะ, 2557)

โซ่อุปทานทั่วไปมักประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ผู้ให้บริการวัตถุดิบ (Raw Material Providers) ผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต (Suppliers) ผู้ผลิต (Manufacturers) ผู้จัดจำหน่าย (Distributors) ผู้ค้าส่ง (Wholesalers) และผู้ค้าปลีก (Retailers) แต่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่สามารถนำหลักการดังกล่าวมาใช้ได้ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนสูง ประกอบด้วยโซ่อุปทานหลายโซ่เชื่อมต่อกันอยู่ ดังนั้น เพื่อทำความเข้าใจในองค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าว Piboonrungroj and Disney (2009B) จึงได้จัดทำตารางเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ความเชื่อมโยงห่วงอุปทานการท่องเที่ยว

ที่มา: Tapper and Font , 2004;

จากภาพจะพบว่า โซ่อุปทานการท่องเที่ยวประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมากที่สัมพันธ์กัน ซึ่งสามารถจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าวออกเป็น 4 กลุ่มตามหน้าที่การทำงาน ซึ่งถือเป็นผู้ที่มีบทบาทหลักภายในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังนี้

(1) ผู้ให้บริการท่องเที่ยวลำดับที่ 1 (1st-Tier Suppliers)

ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวลำดับที่ 1 (1st-Tier Suppliers) ถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียสำคัญภายในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Zhang et al., 2009; Tapper and Font, 2004) เนื่องจากเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นการมีจิตบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ให้บริการท่องเที่ยวลำดับที่ 1 เพราะความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมักจะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของผู้ให้บริการในลำดับแรก (Yilmaz and Bititci 2005) ตัอย่างผู้ให้บริการท่องเที่ยวลำดับที่ 1 ได้แก่ ผู้ให้บริการที่พัก ผู้ให้บริการอาหาร ผู้นำเที่ยว ผู้ให้บริการขนส่ง ร้านค้าต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

(2) ผู้ให้บริการท่องเที่ยวลำดับที่ 2 (2nd-Tier Suppliers)

ผู้ให้บริการท่องเที่ยวลำดับที่ 2 (2nd-Tier Suppliers) ถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการโซ่อุปทานอาหาร (The Food Supply Chain) (Font et al., 2008) ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้นำส่งวัตถุดิบและบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Suppliers) ให้แก่ผู้ให้บริการท่องเที่ยวลำดับที่ 1 (Smith, 1994; Zhang et al., 2009) โดยสามารถแบ่งผู้นำส่งวัตถุดิบและบริการทางการท่องเที่ยวออกตามประเภทของวัตถุดิบที่นำส่ง เช่น ผู้นำส่งวัตถุดิบที่เป็นเกษตรกร ชาวนา และชาวประมง ผู้ผลิตสินค้าชุมชน เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ตกแต่ง และผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

(3) ตัวแทนกลาง (Intermediaries)

ตัวแทนกลาง (Intermediaries) หมายถึง บริษัทนำเที่ยว (Tour Operators) หรือบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) ซึ่งอาจเป็นผู้ประกอบการคนเดียวกันหรือแยกกัน บริษัทนำเที่ยว หรือบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวถือเป็นผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Schwartz et al., 2008; Font et al., 2008) เพราะทำหน้าที่เป็นตัวกลาง (Focal Point) คอยเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) จากนักท่องเที่ยวและ

ผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต เช่น โรงแรม สายการบิน สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ฯลฯ แล้วนำมาออกแบบเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวภายในแพ็คเก็จใดแพ็คเก็จหนึ่ง นอกจากนี้ธุรกิจนำเที่ยวหรือบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวยังมีอิทธิพลต่อกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Tourism Flow) ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยว เกิดการพัฒนา รวมถึงเป็นผู้ที่มีอำนาจในการต่อรองสูงสุดคอยบริหารจัดการผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในห่วงโซ่อุปทาน (Carey et al., 1997; Curtin and Busby, 1999; Karamustafa, 2000; Klemm and Parkinson, 2001; Bastakis et al., 2004; Sigala, 2008; Muhcina and Popovici, 2008; Zhang et al., 2009; Khairat and Maher, 2012)

(4) ผู้ขนส่งทางการท่องเที่ยว (Transportation)

ผู้ขนส่งทางการท่องเที่ยว (Transportation) หมายรวมถึง ผู้ขนส่งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ผู้ขนส่งทางการท่องเที่ยวเป็นผู้มีบทบาทในการเชื่อมต่อจุดแต่ละจุดของการเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) ภายในโซ่อุปทานให้เกิดความลื่นไหลโดยปราศจากข้อผิดพลาด (Flawless) (McKinnon, 2001; Véronneau and Roy, 2009) ซึ่งในการบริหารจัดการผู้ขนส่งทางการท่องเที่ยวในห่วงโซ่อุปทานสามารถนำแนวคิดการจัดการในภาคอุตสาหกรรมมาประยุกต์ใช้ได้ เช่น ระบบการบริหารคลังสินค้าโดยผู้ขาย (Vendor Managed Inventory) (Disney et al., 2003) หรือการต่อรองราคาหน้าประตูโรงงาน (Factory Gate Pricing) (Potter et al., 2007)

(5) นักท่องเที่ยว (Tourist)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามการไหลของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเอง โดยติดต่อกับผู้ให้บริการลำดับที่ 1 และนักท่องเที่ยวที่ติดต่อกับผู้แทนคนกลาง คือ บริษัทนำเที่ยว หรือบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว เพื่อให้ได้สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ต้องการ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

(6) ผู้มีส่วนได้ส่วนส่วนเสียอื่นๆ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ (Other Stakeholders) หมายถึง บุคคล กลุ่มคน ชุมชน หรือองค์กรภาครัฐและเอกชน ที่มีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยว เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) มูลนิธิและสมาคมการท่องเที่ยว ซึ่งมีบทบาทในการดูแลผลประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือออกกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

2.5 การบริหารจัดการองค์การธุรกิจ

แนวคิดการการจัดการมีนักวิชาการได้และนักคิดและแนวคิด แม็กซ์ เวเบอร์ เจ้าของแนวคิดการจัดการองค์กรเชิงบารมี และ จารีตประเพณี แนวคิดนี้เหมาะสมกับธุรกิจ SME หรือธุรกิจครอบครัว ที่เน้นความเรียบง่ายให้ความนับถือผู้บริหารด้วยความอาวุโสมากกว่าความสามารถ คล้ายคลึงกับระบบราชการไทย เติบโตช้าแต่มั่นคง ถ้อยที่ถ้อยอาศัยไร้ความเด็ดขาด ยุคสมัยการจัดการที่เปลี่ยนไปทำให้แนวความคิดเปลี่ยนตาม ลูอิส อัลเลนเจ้าของหนังสือ Professional Management ในปี 1973 ผู้ที่พยายามยกระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยกฎ 4 ประการ (POLC) Planning วางแผน Organizing จัดองค์กร Leading นำองค์กร Controlling ควบคุมงาน

การจัดการ หมายถึง เป็นคำที่นิยมใช้เกี่ยวกับการทำธุรกิจซึ่งต่างจากคำว่าการบริหารที่ดำเนินงาน การจัดการ หรือปฏิบัติงานของหน่วยงาน ในบางครั้งอาจใช้คำว่าการบริหารจัดการสำหรับคำว่าการจัดการส่วนใหญ่

นิยมใช้ในภาคธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก คำว่าการจัดการหมายถึง อะไรและมีความสำคัญอย่างไรต่อองค์กรธุรกิจ

การจัดการ หรือ Management หมายถึง กระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในองค์กร ร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ 5 ขั้นตอนประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม

องค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ มีองค์กรประกอบที่สำคัญ 4 ส่วนได้แก่

1 การกำหนดทิศทางขององค์กร (Direction setting) ได้แก่การกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ภารกิจ ปรัชญาและวัตถุประสงค์ขององค์กร การกำหนดทิศทางขององค์กรจะเป็นการบ่งชี้ว่าองค์กรธุรกิจจะมุ่งไปในทิศทางใด หรือสาเหตุของการดำรงอยู่ขององค์กร หรือประเภทของธุรกิจที่องค์กรดำเนินการอยู่ นอกจากนี้การกำหนดทิศทางขององค์กรจะยังมีส่วนช่วยในการแปลวิสัยทัศน์หรือภารกิจขององค์กรให้กลายมาเป็นวัตถุประสงค์ ในการดำเนินงานที่มีลักษณะที่ชัดเจนขึ้นในการกำหนดทิศทางขององค์กรนั้นคำถามที่สำคัญที่สุดและมักจะเป็นคำถามที่ถูกถามมากที่สุดก็คือ ธุรกิจของเราคืออะไรและจะเป็นอย่างไรต่อไป (What it our Business and What will it be?) ซึ่งการตอบคำถามนี้จะช่วยให้ผู้บริหารระดับสูงสามารถพิจารณาได้ว่าธุรกิจของตนเองประกอบไปด้วยอะไรบ้างและช่วยพัฒนาวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น สำหรับทิศทางหรือสิ่งที่ธุรกิจจะเป็นในอนาคตข้างหน้า

การกำหนดวัตถุประสงค์เป็นสิ่งที่ผู้บริหารทุกระดับชั้นขององค์กรจะต้องทำ เนื่องจากทุกหน่วยงานภายในองค์กรต่างต้องการเครื่องมือที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพในการวัดผลการดำเนินงานของตนเอง เพื่อที่จะสามารถบรรลุได้ว่าหน่วยงานแต่ละแห่งได้มีส่วนร่วมในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์โดยรวมของทั้งองค์กรมากน้อยเพียงใด โดยปกติวัตถุประสงค์ขององค์กรจะถูกจัดสรรและกระจายไปเป็นวัตถุประสงค์ย่อยสำหรับแต่ละหน่วยงาน โดยที่ผู้บริหารระดับล่างๆลงมาจะมีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อวัตถุประสงค์ในหน่วยงานของตน ทำให้แต่ละส่วนหรือหน่วยงานขององค์กรจะปฏิบัติงานเพื่อมุ่งสู่วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายเดียวกันทั้งองค์กร

การกำหนดทิศทางขององค์กรที่ดีและชัดเจนย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป เนื่องจากองค์กรจะมีความชัดเจนในการดำเนินธุรกิจและมีเป้าหมายที่ชัดเจน บรรลุได้ และวัดผลได้ ซึ่งทำให้การกำหนดกลยุทธ์มีความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติได้ ดังนั้นในการจัดการเชิงกลยุทธ์ถ้าขาดเสียสิ้นการกำหนดทิศทางขององค์กรที่ดีและชัดเจนแล้วองค์ประกอบอื่น ๆ ย่อมไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Analysis) คือการวิเคราะห์ถึงปัจจัยและสภาวะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อที่จะได้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ รวมทั้งสถานะของตัวเองกรได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จะบอกให้ทราบว่าปัจจัยหรือสภาวะแวดล้อมภายนอกมีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะใด และก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดต่อองค์กรได้อย่างไรบ้าง นอกจากนี้การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จะช่วยให้องค์กรทราบถึงทรัพยากร (Resources) และความสามารถ (Capabilities) ต่าง ๆ ที่มีอยู่ภายในองค์กรว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนอย่างไรและจะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างไร สภาวะแวดล้อมภายนอกที่องค์กรจะวิเคราะห์นั้นประกอบด้วยทั้งปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง และที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงได้แก่ อุตสาหกรรมที่องค์กรดำเนินการอยู่ คู่แข่งขัน ลูกค้า ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ในขณะที่ปัจจัยภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงแต่ก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดแก่องค์กรนั้นได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย การค้า

เทคโนโลยี วัฒนธรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกไม่ว่าจะเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงหรือไม่ย่อมส่งผลให้เกิดโอกาสหรือข้อจำกัดต่อองค์กรธุรกิจรวมทั้งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

สำหรับปัจจัยภายในขององค์กรนั้นมีวิธีที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์หลายวิธีด้วยกัน อาทิเช่น การวิเคราะห์ตามสายงาน (Functional Analysis) การวิเคราะห์ตามตัวแบบ Value Chain การวิเคราะห์ตามตัวแบบ 7 s หรือการวิเคราะห์ทรัพยากรและความสามารถภายใน (Resources and Capabilities analysis) ถึงแม้จะมีการวิเคราะห์ได้หลายวิธีแต่ผลลัพธ์ที่จะได้รับนั้นได้แก่การทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งจะช่วยในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ จะเห็นได้ว่าผลลัพธ์ที่จะได้รับจากการวิเคราะห์ทางกลยุทธ์นั้นประกอบด้วย โอกาส ข้อจำกัด ที่เกิดจากปัจจัยภายนอก จุดแข็งและจุดอ่อน ที่เกิดจากปัจจัยภายในหรือที่นิยมเรียกกันว่าการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ทางกลยุทธ์นี้ จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ถ้าองค์กรทำการกำหนดกลยุทธ์ที่จะใช้โดยขาดการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกแล้ว กลยุทธ์ขององค์กรก็จะมีแนวโน้มที่จะประสบความล้มเหลวสูงเนื่องจากข้อมูลที่จำเป็นในการกำหนดกลยุทธ์

3 การจัดทำกลยุทธ์ (Strategic Formulation) คือการนำข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการกำหนดทิศทางขององค์กรและการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายในองค์กรมาจัดทำเป็นกลยุทธ์ในระดับและรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการประเมินและคัดเลือกว่ากลยุทธ์ใดที่มีความเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด ในการจัดทำกลยุทธ์นั้นพึงระลึกเสมอว่าการจัดทำกลยุทธ์เป็นการกำหนดแนวทาง วิธีการ และกิจกรรมต่าง ๆขององค์กรเพื่อช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุถึงภารกิจและวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ โดยนำเอาการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทั้งภายนอกและภายในองค์กรมาพิจารณาประกอบ การจัดทำกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับการวางแผนอย่างใกล้ชิด ในบางกรณีการวางแผนกลยุทธ์คือการจัดทำกลยุทธ์สำหรับองค์กร แต่ไม่ใช่ว่าการจัดทำกลยุทธ์จะต้องเป็นการวางแผนทุกครั้ง

ในการจัดทำกลยุทธ์นั้น องค์กรธุรกิจมักจะกำหนดกลยุทธ์ไว้หลายรูปแบบ หรือหลายลักษณะอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น จากนั้นจึงจะประเมินและคัดเลือกว่ากลยุทธ์ใดที่มีความเหมาะสมที่สุด รวมทั้งสามารถช่วยให้องค์กรบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ได้ดีที่สุด โดยที่กลยุทธ์โดยทั่วไปสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับได้แก่ ระดับได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate strategy) ซึ่งจะบ่งบอกถึงกลยุทธ์โดยรวมและทิศทางในการแข่งขันขององค์กรว่าควรจะเข้าสู่หรือออกจากอุตสาหกรรมใด กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business strategy) ซึ่งจะบ่งบอกถึงวิธีการที่องค์กรธุรกิจจะใช้ในการแข่งขันในอุตสาหกรรมแต่ละประเภทและกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการหรือดำเนินงาน (Functional or Operational Strategy) ซึ่งครอบคลุมวิธีการในการแข่งขันและดำเนินงานของหน่วยงานระดับปฏิบัติการต่าง ๆ ซึ่งกลยุทธ์ทั้ง 3 ระดับจะต้องมีความสอดคล้องซึ่งกันและกันเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการตัวอย่างเช่น ในช่วงที่สภาวะเศรษฐกิจกำลังรุ่งเรือง กลยุทธ์ระดับองค์กรขององค์กรธุรกิจ 1 อาจจะมุ่งเน้นที่จะขยายตัวเข้าสู่ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ ทางเลือกที่องค์กรมีประกอบด้วยการเข้าไปซื้อกิจการที่มีอยู่แล้วในอุตสาหกรรมนั้นการเข้าไปเริ่มต้นในอุตสาหกรรมนั้นด้วยตนเองหรือการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับองค์กรอื่น เมื่อตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ระดับองค์กรได้แล้ว องค์กรจะต้องตัดสินใจว่ากลยุทธ์ระดับธุรกิจหรือวิธีการที่องค์กรจะใช้ในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นจะมีลักษณะอย่างไรเช่น เน้นการแข่งขันโดยการผลิตสินค้าหรือบริการที่ต้นทุนต่ำ หรือ เน้นการผลิตสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่นด้านคุณภาพและมีราคาสูง หรือ เน้นผลิตสินค้าหรือบริการสำหรับลูกค้าบางกลุ่ม เมื่อกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจได้แล้ว องค์กรจะต้องกำหนดกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ระดับองค์กรและระดับธุรกิจเช่น ถ้าจะเน้นการแข่งขันที่คุณภาพ

ของสินค้าและบริการ กลยุทธ์การผลิตก็ต้องเป็นการผลิตที่มีการควบคุมคุณภาพอย่างเคร่งครัด กลยุทธ์การตลาดก็เน้นการโฆษณาให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ

นอกเหนือจากการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจโดยแบ่งเป็น 3 ระดับดังกล่าวแล้ว องค์กรธุรกิจยังจะต้องพิจารณาถึงการจัดทำกลยุทธ์ในสภาวะการต่าง ๆ อีกด้วยเช่น กลยุทธ์เมื่อองค์กรเป็นผู้นำตลาดหรือ เมื่อเป็นผู้ตามหรือเมื่อเข้าตลาดเป็นรายแรก หรือ เมื่ออุตสาหกรรมอยู่ในช่วงของการเติบโต หรือเมื่ออุตสาหกรรมกำลังอยู่ในช่วงตกต่ำ หรือ เมื่ออุตสาหกรรมประกอบด้วยคู่แข่งขันขนาดเล็กจำนวนมาก

จะเห็นได้ว่าการจัดทำกลยุทธ์นั้นเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาทั้งในภาพกว้างและในทางลึกพอสมควร นอกจากนี้การจัดทำกลยุทธ์ยังไม่ใช่เพียงแค่การคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้เท่านั้นแต่ยังครอบคลุมถึงการวิเคราะห์พิจารณากิจกรรมการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทางกลยุทธ์ทั้งที่ได้ดำเนินการไปแล้วและกำลังดำเนินการอยู่ ถ้ากลยุทธ์เหล่านี้ประสบผลสำเร็จและเกิดประโยชน์แก่องค์กร องค์กรก็ควรที่จะใช้กลยุทธ์เหล่านั้นต่อไป ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงทางด้านกลยุทธ์หรือการจัดทำกลยุทธ์ขึ้นมาใหม่ก็อาจจะก่อให้เกิดผลเสียแก่องค์กรได้ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทางกลยุทธ์หรือการจัดทำกลยุทธ์ใหม่ๆ จึงควรเป็นไปเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือเมื่อมีความจำเป็น

สิ่งหนึ่งที่ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจจะต้องคำนึงถึงตลอดเวลา ได้แก่การที่กลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งเป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่องและเป็นกิจกรรมที่ดำเนินอยู่ตลอดเวลา เมื่อกำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กรแล้วภารกิจและวัตถุประสงค์นั้นอาจจะสามารถอยู่ได้เป็นเวลาหลายปีโดยไม่เปลี่ยนแปลงกลยุทธ์หรือวิธีการในการบรรลุภารกิจและวัตถุประสงค์นั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงทางกลยุทธ์อาจจะเกิดขึ้นได้จากโอกาสในการดำเนินธุรกิจใหม่ๆที่เพิ่งเกิดขึ้น หรือผู้บริหารมีวิธีการใหม่ๆในการทำให้ธุรกิจมีการดำเนินงานที่ดีขึ้น หรือเมื่อมีวิกฤตการต่าง ๆ เกิดขึ้นจะเห็นได้ว่ากลยุทธ์เป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลานอกจากนี้เนื่องจากการจัดทำกลยุทธ์ไม่สามารถครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้นกลยุทธ์จึงควรมีความพร้อมและความสามารถที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่ไม่ได้คิดล่วงหน้าหรือมีลักษณะของความเป็นพลวัตร Dynamic

4. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (strategic implementation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายแต่เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างมากในการจัดการเชิงกลยุทธ์ เมื่อองค์กรธุรกิจได้กำหนดทิศทางขององค์กร วิเคราะห์ปัจจัยด้านต่าง ๆ ทางกลยุทธ์ และจัดทำกลยุทธ์แล้ว จะต้องนำเอากลยุทธ์ที่ได้วางแผนจัดทำและคัดเลือกไว้มาดำเนินการประยุกต์ปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ถ้าในกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ขาดขั้นตอนนี้แล้วสิ่งที่ผู้บริหารขององค์กรได้วิเคราะห์ จัดทำไว้ก็จะไม่เกิดผลขึ้นจริง ๆ นอกจากนี้ถึงแม้จะมีการวิเคราะห์หรือวางแผนทางกลยุทธ์ไว้ดีเพียงใด แต่ถ้าการปฏิบัติตามกลยุทธ์ขององค์กรไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ความพยายามในการวิเคราะห์หรือวางแผนก็จะไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ ต่อองค์กร ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าความสามารถในการปฏิบัติตามกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการจัดการเชิงกลยุทธ์

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของกลยุทธ์ทั้ง 4 ประการจะพบว่า ในทางทฤษฎีจะมีความเข้าใจว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ประการจะเป็นกระบวนการหรือขั้นตอนที่ต่อเนื่องกันตั้งแต่การวิเคราะห์ การจัดทำและการปฏิบัติตามกลยุทธ์ แต่ในทางปฏิบัติแล้วจะพบว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ประการจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ประการจะไม่มีลักษณะของความเป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องแต่จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา เช่น การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์เป็นกิจกรรมที่ต้องดำเนินอยู่ตลอดเวลามิใช่ทำเสร็จแล้วก็เสร็จเลย ในการปฏิบัติตามกลยุทธ์ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ทางกลยุทธ์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย นอกจากนี้ในทางปฏิบัติแล้วประกอบต่าง ๆ ของการจัดการเชิงกลยุทธ์ไม่ได้มีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจนอย่างนี้หรือไม่จำเป็นที่จะต้องมีการ

แบ่งแยกลำดับก่อนหลังแบบนี้เสมอไปเช่น ผู้บริหารอาจจะต้องวิเคราะห์และพิจารณาไปในขณะเดียวกันว่ากลยุทธ์ที่กำลังจะจัดทำขึ้นมานั้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติมากน้อยเพียงใดหรือถ้าจะต้องปฏิบัติให้สัมฤทธิ์ผลแล้วจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้างภายในองค์กร

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัยรัตน์ จุสปาโล (2560) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวภายใต้อัตลักษณ์และวิถีของท้องถิ่นลุ่มน้ำทะเลสาบ : นครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และ3) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐและสภาพของพื้นที่ โครงการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสำรวจ สัมภาษณ์เชิงลึก สนทนากลุ่มย่อย การประชุมระดมความเห็น การทดลองท่องเที่ยว และการสังเคราะห์ผลการวิจัยจากโครงการย่อย 3 โครงการ ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นดังนี้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาประกอบด้วย น้ำตก อ่างเก็บน้ำ ถ้ำ ทะเลสาบสงขลา บ่อน้ำร้อน แก่ง วัด มัสยิด และวิถีชีวิตชุมชน แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและชุมชนมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวสูง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีสิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลาง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและโบราณวัตถุ มีสิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลางและน้อย แหล่งท่องเที่ยวส่วนมากมีความสะดวกในการเข้าถึงแต่ยังขาดรถโดยสารประจำทาง แหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว จำนวน 11 แห่ง และสามารถพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รอบทะเลสาบสงขลาได้ 4 เส้นทาง ส่วนพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย รูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนชาวต่างชาติต้องการการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อัตลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการโปรแกรมท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน และต้องการให้โปรแกรมการท่องเที่ยวของพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดใกล้เคียงเช่น สตูล ตรัง กระบี่ เป็นต้น ส่วนแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐและสภาพของพื้นที่ ได้สังเคราะห์นโยบายของรัฐและสภาพของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตามลักษณ์ภูมิศาสตร์ แบบเขา ป่า นา เล รวมถึงอัตลักษณ์และวิถีชีวิต และระดมความคิดเห็นเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว ได้ 5 ยุทธศาสตร์ และท้ายที่สุดจากข้อค้นพบผลการวิจัยทั้งหมดสามารถนำมาจัดเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรอบลุ่มน้ำสาบ มีควรมีองค์ประกอบดังนี้ 1) ทรัพยากร/แหล่งท่องเที่ยว 2) ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและการบริการ 3) การตลาดและการประชาสัมพันธ์ 4) การจัดการการท่องเที่ยว

ชัยรัตน์ จุสปาโล และคณะ (2560) ศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจและชุมชนในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา : นครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา จากสภาพปัญหาพบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาน้อย เนื่องการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจและชุมชนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวยังขาดแนวทางการจัดการหลายเรื่อง ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) เพื่อประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 3) เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โครงการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสำรวจ สัมภาษณ์เชิงลึก สนทนากลุ่มย่อย การประชุมระดมความเห็น ผลการวิจัยพบว่าความ

พร้อมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด เป็นดังนี้ 1. บทบาทของผู้บริหารในการนำองค์กร 2. การจัดการกระบวนการ 3. ผลการดำเนินงาน 4. การบริหารทรัพยากรบุคคล 5. การมุ่งเน้นลูกค้าและการตลาด 6. การวางแผนการดำเนินธุรกิจ และ 7.การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการวัดวิเคราะห์ผลงาน ส่วนศักยภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้ประเมินจาก 20 ชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่าความสามารถในการจัดการแต่ละชุมชนที่จะสร้างผลประโยชน์ให้กับชุมชนแตกต่างกัน มีวิธีการจัดการหลากหลายแบบ เช่น การจัดการท่องโดยกลุ่มชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนท่องเที่ยว การจัดการโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่และการจัดการที่ได้รับสนับสนุนโดยหน่วยงานของรัฐ ซึ่งแต่ละวิธีมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป และสามารถแบ่งชุมชนตามศักยภาพได้เป็น 3 กลุ่ม คือชุมชนที่มีศักยภาพมาก ปานกลาง และน้อย และจากเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 5 เรื่อง พบว่าศักยภาพโดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำและมีอีกหลายเรื่องต้องได้รับการพัฒนาต่อไป ส่วนผลวิจัยสุดท้ายแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและชุมชนควรมี มีเป้าประสงค์ที่สำคัญ 3 เรื่องใหญ่ ได้แก่ 1) แนวทางการจัดการต้องกำหนดเป็นยุทธศาสตร์เพื่อใช้เป็นฐานสำหรับการพัฒนาระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว 2) มุ่งเน้นกิจกรรมที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาให้เห็นเป็นรูปธรรมภายในระยะเวลา 1-3 ปี 3) ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และเร่งสร้างกลไกในการขับเคลื่อนให้พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ดังนั้นแนวทางการพัฒนาการจัดการของผู้ประกอบการและชุมชนท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายในระยะต้นที่เร่งด่วน ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนวันพำนักของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันหรือต่อครั้ง การเชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียงและควรให้ความสำคัญผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งแนวทางการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะลสาบ 3-5 ปี เป็นดังนี้ คือ 1) การปรับเปลี่ยนแนวคิดเรื่องการวางรากฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เน้นการสร้างพันธมิตรแบบมีส่วนร่วมในชุมชนท่องเที่ยวให้ได้รู้จักผู้ประกอบการท่องเที่ยวมากขึ้นเพื่อร่วมคิดร่วมทำแต่ให้เกิดการบูรณาการ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง 2) การกำหนดแนวทางการบริหารจัดการต้องใช้ความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยทางการตลาดเพื่อเป็นตัวตั้งต้นให้สามารถกำหนดยุทธศาสตร์โครงการพัฒนารวมถึงกิจกรรมที่จะเกิดการปฏิบัติและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 3) แนวทางการบริหารจัดการที่กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ควรอยู่บนพื้นฐานที่สามารถวัดความสำเร็จในเชิงปริมาณได้ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น จำนวนรายได้จากท่องเที่ยว 4) การขับเคลื่อนการบริหารจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนงบประมาณระยะยาวทั้งงบประมาณจากส่วนกลาง งบประมาณกลุ่มจังหวัด งบประมาณจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและงบประมาณสนับสนุนผ่านกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้หน่วยงานที่มีงบประมาณในการบูรณการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) ได้ศึกษา แนวทางการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบ พบว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีในการผลิตยังคงเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ปัญหาของผู้ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ปัญหาด้านการตลาด การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต และปัญหาเกี่ยวข้องกับต้นทุนการผลิต โดยแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนควรให้อบรม พัฒนาบุคลากร เพื่อให้มีความรู้และทักษะในประเด็นต่าง ๆ

สุจิตราภรณ์ จุสปาโล (2554) ได้ศึกษาวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับชุมชนบ้านบากันใหญ่ ต.เกาะสาหร่าย อ.เมือง จ. สตูล เพื่อสร้างให้ชาวบ้านที่สนใจที่นำการท่องเที่ยวมาเป็นจุดสร้างทางเลือกของอาชีพ โดยมีการศึกษาสภาพชุมชน ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้การวิจัยและวิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบมีส่วนกับผู้เกี่ยวข้อง พบว่าบ้านบากันใหญ่ มีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์และเอื้อต่อการเรียนรู้ มีป่าชายเลน ป่าไม้เบญจพรรณ จุดดำน้ำดูปะการัง จึงได้มีการเปิดเวทีสนทนาร่วมกันพร้อมถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งไม่กระทบต่อวิถีชีวิต ธรรมเนียม ประเพณี ของชุมชน โปรแกรมท่องเที่ยวนั้นต้องมีกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีอยู่ ได้เป็นโปรแกรมสำเร็จรูป 2 วัน 1 คืน เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตบนความพอเพียงของชาวบ้าน ร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ปลูกหญ้าทะเลให้พะยูน ปล่อยพันธุ์ปูม้าไข่ ปลูกปะการังเขากวาง และให้นักท่องเที่ยวได้พักโฮมสเตย์ชุมชน ซึ่งองค์ความรู้ชุดนี้ มีบริบทเชิงนิเวศ และบริบทชุมชน และวิถีชีวิตใกล้เคียงกับชุนชนที่จะทำการท่องเที่ยวบริเวณรอบเกาะหมาก แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่างานนี้จะได้โปรแกรมการท่องเที่ยว ได้แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม รูปแบบที่พัก และวิธีการจัดการการท่องเที่ยว พบว่าในช่วงแรกนักท่องเที่ยวก็ยังไม่เชื่อมั่นต่อแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นต่อมา ชัยรัตน์ จุสปาโล (2555) ได้พัฒนาการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ให้ตรงกับความต้องการของชุมชนบ้านบากันใหญ่ โดยใช้การวิจัยแบบมีส่วนร่วมพบว่ากลุ่มเป้าหมายทางตลาดมีหลายกลุ่ม เช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่การเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นคนทำงานต้องการมาพักผ่อนในช่วงวันหยุด และนักนักท่องเที่ยวกลุ่มองค์การห้างร้านต่าง ๆ ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อสร้างความสามัคคีภายในหมู่คณะ ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ดังกล่าว มีความต้องการข้อมูลเพื่อเตรียมการเดินทางมาท่องเที่ยว และสื่อทางการตลาด ที่มีประสิทธิผลมากที่สุด คือ สื่อโซเชี่ยลมีเดีย ได้แก่ facebook และ youtube และใช้กลยุทธ์เรื่อง viral marketing กระทำกับลูกค้าที่เคยเดินทางมาเที่ยว ให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากบริการ การท่องเที่ยวของชุมชน มีการบอกต่อ ปากต่อปาก ทำให้ แบรนด์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบากันใหญ่ มีชื่อเสียงในเวลารวดเร็ว

ประกอบมีการวิจัยเพื่อให้เกิดการบูรณาการในการดูแลทรัพยากรประมงชายฝั่งกับการท่องเที่ยวของชุมชน ชัยรัตน์ จุสปาโล (2556) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งเพื่อการพึ่งตนเองของชาวประมงพื้นบ้านใน ต.เกาะสาหร่าย อ.เมือง จ.สตูล พบว่าด้านการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง โดยเน้นความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ของประมงพื้นบ้านใน ผลการวิจัยข้อหนึ่งพบว่า การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์ คณะผู้วิจัยเสนอให้ปรับกลยุทธ์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในชุมชน ได้พบกับการท่องเที่ยวแนวใหม่คือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ คาดว่าจะสร้างประโยชน์ให้ทั้งชุมชนและกลุ่มเยาวชนที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยกลุ่มเยาวชนจะได้มีโอกาสเรียนรู้ถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างไปในแต่ละพื้นที่ และที่นอกเหนือไปกว่านั้น คือพวกเขาจะได้เรียนรู้ว่าความรู้ของตนเองสามารถช่วยชุมชนได้ ส่วนชมชุนเองก็เกิดความภูมิใจที่สามารถถ่ายทอดความรู้ของท้องถิ่น ที่สำคัญได้ผู้ช่วยงานในเรื่องการทำกิจกรรมอนุรักษ์ ทำให้เหนื่อยน้อยลงแต่สร้างความภูมิใจได้มากขึ้นทั้งผู้ให้และผู้รับ การท่องเที่ยวรูปแบบนี้เน้นไปที่วัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้และเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ จะช่วยให้ทรัพยากรธรรมชาติฟื้นฟูเร็วขึ้น ทำให้ได้ประโยชน์กันทั้งสองฝ่ายคือชุมชนและตัวนักท่องเที่ยวเอง

ชัยรัตน์ จุสปาโลและคณะ (2558,2559) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยในรูปแบบโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและความรู้จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมชุมชนรอบอ่าว

ปัตตานี จังหวัดปัตตานี มีวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเสนอแนวทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายใต้บริบทการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้แก่ชุมชนรอบอ่าวปัตตานี พบว่าประโยชน์ต่อประชากรกลุ่มเป้าหมายในชุมชน ได้แก่ ชุมชนในพื้นที่จังหวดปัตตานี มีความตื่นตัวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพประมงชายฝั่งและความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ และโครงการนี้ทำให้คนในชุมชนหันมาสนใจมาทำกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น ชุมชนบริเวณอ่าวปัตตานีได้เสริมสร้างศักยภาพให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยี หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพและตลาดการท่องเที่ยวเชองชุมชนรอบอ่าวปัตตานี การนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพหรือเพื่อการผลิตเชิงพาณิชย์ ได้แก่ ชุมชนสามารถใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนอ่าวปัตตานี ไปประยุกต์ใช้ในการจัดรายการนำเที่ยวได้ และผลิตภัณฑ์ของชุมชนสามารถนำจำหน่ายเป็นของกิน ของฝาก สร้างรายให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

ญาณิ พายัพสาย และคณะ (2560) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน 2) เพื่อประเมินความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และ 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่าระดับความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ประกอบด้วยทุนที่มีการประเมินอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ได้แก่ ทุนกายภาพ และทุนธรรมชาติ ทุนที่มีการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ทุนทางสังคม ส่วนทุนมนุษย์ได้รับการประเมินอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อในทิศทางเดียวกันกับความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย 1) ตัวแปรด้านลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม 2) ตัวแปรด้านการบริหารงานของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ จำนวนสมาชิกและการวางแผนพัฒนากลุ่ม 3) ตัวแปรด้านการได้รับความช่วยเหลือจากชุมชน ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชน และ 4) ตัวแปรด้านการตลาด ได้แก่ ยอดขายและความสม่ำเสมอของยอดขาย

ขัตติยา ขัติยวรา และคณะ (2560) ได้ศึกษาโครงการการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการตลาดโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ตะเกียงน้ำมันแบบโบราณ ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ดังนี้ คือ 1.เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาด 2.เพื่อศึกษารูปแบบเดิมทางการส่งเสริมการตลาด และ 3.เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลวิจัยสรุปได้ดังนี้ ข้อที่ 1 กลุ่มมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกลยุทธ์การตลาด ครบทั้ง 4 ด้าน (กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด) ข้อที่ 2 กลุ่มมีรูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลายรูปแบบ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในส่วนของการใช้พนักงานขายนั้นดำเนินการโดยประธานกลุ่มเป็นหลัก รวมไปถึง การส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมพิเศษซึ่งดำเนินงานภายใต้การสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังมีการใช้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบการฝากขาย การจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง และการโฆษณาผ่านสิ่งพิมพ์อีกด้วย ข้อที่ 3 รูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม คือ การพัฒนารูปแบบการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายให้มีความน่าสนใจ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีการพัฒนาผ่านสื่อดิจิตอลในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ

เทพกร ณ สงขลา (2554) ได้ทำการศึกษาถึงการจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ พื้นที่อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผลการศึกษาพบว่า สามารถจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เป็นหลายประเภทได้แก่ การสาธิตขั้นตอนการผลิต การให้ความรู้ทางการเกษตร การจำหน่ายสินค้าชุมชน และการทำธุรกิจการเกษตร โดยที่รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการเกษตร การขยายตัวทางกิจกรรมการเกษตร และการสร้างมูลค่าทางทรัพยากรการเกษตรได้เป็นอย่างดี โดยที่การใช้ทรัพยากรเกษตรดังกล่าวนอกจากจะส่งผลโดยตรงต่ออาชีพเกษตรกรแล้ว ยังกลายเป็นสิ่งดึงดูการท่องเที่ยวที่อาจมีแนวโน้มแสดงให้เห็นว่าทรัพยากรการเกษตรถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าใช้เพื่ออาชีพการเกษตรของชุมชน

สุดแดน และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาร่วมกันถึงการสร้างความชัดเจนในการให้คำนิยามความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่จัดเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ซึ่งแตกต่างไปจากรูปแบบเดิมคือการท่องเที่ยวมวลชน และยังเปิดประเด็นให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จัดเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนให้มีความยั่งยืนได้อย่างไร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม โดยมีคุณสมบัติทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงกระบวนการ ในเชิงพื้นที่กิจกรรมนั้น ๆ จะต้องมีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมและ/หรือธรรมชาติ และชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมจะต้องมีความตระหนักในศักยภาพดังกล่าว และในเชิงกระบวนการ กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ จะต้องนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมโดยตรง โดยที่ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จ และเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชนก็คือ ชุมชนต้องมีความตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และ/หรือ ธรรมชาติของตนเองและขณะเดียวกันก็มีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว โดยผลที่จะตามมาในท้ายที่สุดก็คือความสมดุลในทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและ สิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างยั่งยืน

ปาริฉัตร และพัชรินทร์ (2558) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้าน ทุ่งมะปรัง อำเภอควนโดน และบ้านโตนปาหนัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล โดย เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสังเกต การสอบถาม และการสนทนากลุ่มย่อย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้นำและตัวแทนชุมชน หน่วย งานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล และทำการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการหาค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวแบ่ง ต้องคำนึงถึงด้านการพัฒนาการตลาดจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของทั้งสองชุมชน ที่เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้และสร้างความเร้าใจสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน นอกจากนี้ ต้องคำนึงเกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่โดยปรับปรุงความสะอาดและภูมิทัศน์ ให้สวยงามและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ด้านความพร้อมที่ควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก จัดทำสื่อความหมายทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และจัดเตรียมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นสำหรับ การถ่ายทอดความรู้และเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวผ่านคู่มือแผ่นพับ ใบปลิวและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

Tharanee Nawatnatee และ Noppamash Suvachart (2014) ได้ทำการศึกษาทดลองเพื่อศึกษาถึงการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมนั้นมีจุดเริ่มต้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ณ พื้นที่ศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยที่กลุ่มทดลองคือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 305 คน โดยแบ่งเป็น การสอบถามผ่าน

แบบสอบถามด้านความพึงพอใจ 205 คน และทำการทดลอง 100 คน จากการศึกษาพบว่ากลุ่มที่ทำแบบทดสอบถามได้ทำการเลือกกิจกรรมที่พึงพอใจ 10 กิจกรรม จากตัวเลือกทั้งหมด 20 กิจกรรม โดยที่กิจกรรมที่ได้รับการเลือกทั้ง 10 กิจกรรมนั้นเกิดจากการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้านในท้องถิ่นมาเป็นตัวเลือกต่างๆ และกลุ่มทดลอง ได้ทำกิจกรรมในภาคปฏิบัติจริงทั้ง 10 กิจกรรมที่ได้รับเลือกและให้ประเมินความพึงพอใจ และจากผลการทดลองแสดงให้เห็นว่า กิจกรรมที่ได้รับการประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้าน ณ ท้องถิ่นนั้นๆ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ได้รับการทดลอง กล่าวคือการนำเสนอกิจกรรม หรือออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ควรเกิดจากภูมิปัญญาของแต่ละพื้นที่นั้นๆเพื่อการเข้าถึงรูปแบบวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้อย่างชัดเจนที่สุด

บทที่ 3
การดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา”เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพและวิเคราะห์แบบใจความสำคัญเพื่อหาความเชื่อมโยงแล้วทำการวิเคราะห์ใจความที่กลุ่มตัวอย่างสื่อออกมา มีการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพัทลุง องค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย 10 คน

2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านต่าง ๆ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวทางการมีส่วนร่วมพัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายชุมชนละ 50 คน

3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สำหรับการศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จำนวน 30 คน ได้แก่ ภาครัฐ หรือบริษัททัวร์ภาคเอกชน หรือนักท่องเที่ยว

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) และการวิจัยแบบส่วนร่วม (PAR) ซึ่งเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสำรวจ (field survey) การสังเกต (observation) สัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) กับผู้คนในชุมชนพื้นที่ และการถ่ายทอดความองค์ความรู้ต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมควบคู่กับการสำรวจ (field survey) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การสังเกตการณ์ (observation) การสนทนากลุ่ม (focus group) และการประชุมระดมความคิดเห็น จำนวนพื้นที่ละ 50 คน รวม 3 พื้นที่ 150 คน

2. การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมควบคู่กับการสำรวจ (field survey) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การสังเกตการณ์ (observation) การสนทนากลุ่ม (focus group) และการประชุมระดมความคิดเห็น จำนวนพื้นที่ละ 50 คน รวม 3 พื้นที่ 150 คน การยื่นคำขอเพื่อขอรับการประเมินเพื่อขอขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย จัดแสดงสินค้าและโฆษณาประชาสัมพันธ์

3. แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมควบคู่กับการสำรวจ (field survey) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การสังเกตการณ์ (observation)การสนทนากลุ่ม (focus group) และการประชุมระดมความคิดเห็น จำนวนพื้นที่ละ 50 คน รวม 3 พื้นที่ 150 คนจากกลุ่มผู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ของฝาก ระบบการขนส่ง และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง อบรมเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ทดสอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

4. แนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมควบคู่กับการสำรวจ (field survey) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การสังเกตการณ์ (observation) การสนทนากลุ่ม (focus group) และการประชุมระดมความคิดเห็น จำนวนพื้นที่ละ 50 คน รวม 3 พื้นที่ 150 คน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการในการศึกษาผสมผสานระหว่าง การศึกษาจากเอกสาร (documentary research) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร หนังสือ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสำรวจ (field survey) การสังเกต (observation) สัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) โดยแยกรายละเอียดตามเป็นดังนี้

ตารางที่ 3.1 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

หัวข้อ	วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	กลุ่มเป้าหมาย
การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	1.สัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตแบบมีส่วนร่วม บริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย 2. สัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มเพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย	1) ชุมชนบ้านช่องฟืน และชุมชนเกาะหมากอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง 2) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง 3) กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตเคยปลา ในพื้นที่ชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง 4) องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลในพื้นที่ 5) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง 6) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง 7) ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

หัวข้อ	วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	กลุ่มเป้าหมาย
	3. นำชุมชนและแกนนำชุมชนไปศึกษาดูงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมพื้นที่จังหวัดสตูล เนื่องจากมีบริบทใกล้เคียงกับชุมชน 4.จัดประชุมเพื่อจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย 5. สังเคราะห์ผลศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 6.สรุปผลการศึกษา	
การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน	1.สัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาลักษณะและคุณสมบัติของผู้ผลิตตามประเภทผลิตภัณฑ์ OTOP -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย 2. จัดประชุมเพื่อศึกษาและเตรียมความพร้อมสำหรับขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย -ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์บ้านช่องฟืน -ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -ผลิตภัณฑ์กลุ่มเคยปลา 3. ยื่นคำขอเพื่อขอรับการประเมินเพื่อขอขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย -ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์บ้านช่องฟืน -ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -ผลิตภัณฑ์กลุ่มเคยปลา	1) ชุมชนบ้านช่องฟืน และชุมชนเกาะหมากอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง 2) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง 3) กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตเคยปลา ในพื้นที่ชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง 4) สำนักงานเกษตร จังหวัดพัทลุง 5) องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลในพื้นที่ 5) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง 6) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง 7) ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

หัวข้อ	วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	กลุ่มเป้าหมาย
	4.การสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 4.1 สำรวจช่องทางการขายในพื้นที่จังหวัดพัทลุงและพื้นที่ต่างจังหวัด ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน 4.1.1 ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์บ้านช่องฟืน 4.1.2 ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 4.1.3 ผลิตภัณฑ์กลุ่มเคยปลา 5 จัดแสดงสินค้าและโฆษณาประชาสัมพันธ์ 5.1.1 ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์บ้านช่องฟืน 5.1.2 ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 5.1.3 ผลิตภัณฑ์กลุ่มเคยปลา 6.ประชุมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน 6.1.1 ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์บ้านช่องฟืน 6.1.2 ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 6.1.3 ผลิตภัณฑ์กลุ่มเคยปลา 7. สังเคราะห์ผลยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 7.สรุปผลการศึกษา	
แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม	1.สำรวจบริบทปัจจุบันห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจากกลุ่มผู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ของฝาก ระบบการขนส่ง และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง กับพื้นที่ 3 กลุ่ม -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก	1) ชุมชนบ้านช่องฟืน และชุมชนเกาะหมากอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง 2) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง 3) กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตเคยปลา ในพื้นที่ชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง

หัวข้อ	วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	กลุ่มเป้าหมาย
	-กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย 2.สัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย 3.สนทนากลุ่มเพื่อศึกษาช่องว่างความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย -ผู้เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ของฝาก ระบบการขนส่ง และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง 4.อบรมเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย 5. ทดสอบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย -ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง 6.สังเคราะห์ผลการพัฒนาเพื่อแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชน	4) องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลในพื้นที่ 5) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง 6) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง 7) ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง 8) ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายของระลึก ฐานกิจกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจรถขนส่งธุรกิจนำเที่ยว

หัวข้อ	วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	กลุ่มเป้าหมาย
	ท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม 7. สรุปผลการศึกษา	
แนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐาน อัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	1.การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย 2. จัดประชุมระดมความคิดเห็นกับสมาชิกกลุ่ม ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐเพื่อหาพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน -กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก -กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว -กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย 3. สังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 4. สรุปผลการศึกษา	1) ชุมชนบ้านช่องฟืน และชุมชนเกาะหมากอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง 2) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง 3) กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตเคยปลาในพื้นที่ชุมชนทะเลน้อย จังหวัด 4) ชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 5) องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลในพื้นที่ 6) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง 7) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง 9) ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม การประชุมระดมความคิด การศึกษาดูงาน การทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว และกิจกรรมการวิจัยทั้งหมด มาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล คัดกรองข้อมูลและจัดแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ตามประเด็นที่ค้นพบ (topic) แล้วนำมาพรรณนาเชิงอุปนัย (inductive)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ (1) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน (3) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม (4) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์และผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไปนี้

4.1 ผลประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

คณะผู้วิจัยได้ใช้ตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism Standard) ตามมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา โดยคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านความเห็นชอบโดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (3) ด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชมุชน (4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (5) ด้านคุณภาพการบริการการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน และ (6) ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการ เข้าถึงตลาด และการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก

คำอธิบายแบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. เกณฑ์การประเมินชุดนี้มีแบ่งเป็น 6 ด้าน ซึ่งมีเป้าประสงค์รวม ทั้งสิ้น 31 เป้าประสงค์ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี	
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม	
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ
4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน	
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือ สิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ
5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	
หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ	
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ
หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย	
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ
6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก	
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน

2. เป้าประสงค์แต่ละข้อ จะประกอบด้วยเกณฑ์ย่อยในการพิจารณา ประเมินที่แตกต่างกันไป
3. เกณฑ์แต่ละข้อจะมี “ข้อการประเมิน” เป็นข้อย่อยซึ่งคณะตรวจ ประเมินจะต้องประเมินเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 คณะตรวจประเมินพิจารณา “ข้อการประเมิน” ข้อย่อยของแต่ละเกณฑ์ ดังนี้ ให้พิจารณาตาม “ข้อการประเมิน” และ ทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อการประเมินข้อที่ตรงกับคุณสมบัติของกลุ่มฯ

3.3 คณะตรวจประเมินให้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาในแต่ละข้อที่ประเมิน เพื่อประโยชน์ของการนำไปพัฒนากลุ่มฯ ต่อไป

4. ลงคะแนนในใบสรุปคะแนนการประเมินตามเกณฑ์โดยชุมชนในใบสรุปผลคะแนน
5. รวมคะแนนของเป้าประสงค์ทั้งหมด
6. เมื่อรวมคะแนนดิบเรียบร้อยแล้ว ให้คูณด้วยค่าถ่วงน้ำหนัก
7. เมื่อได้คะแนนหลังการถ่วงน้ำหนักแล้ว และมีการตีความผลคะแนนการประเมินดังนี้

ตารางที่ 4.2 การตีความผลคะแนนการประเมิน

คะแนนดิบ	**ระดับ**
3.01-4.00	ดีเยี่ยม
2.01 – 3.00	ดี
1.01 – 2.00	พอใช้
0.00 – 1.00	ควรปรับปรุง

8. เมื่อได้คะแนนแล้วให้นำคะแนนไปใส่บนกราฟใยแมงมุม เพื่อเป็นการสรุปผลการพัฒนาในแต่ละด้านต่อไป

คณะวิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและตามมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา โดยคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านความเห็นชอบโดย คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ 6 ด้าน โดยเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมควบคู่กับการสำรวจ (field survey) โดยการตั้งคณะกรรมการประเมินร่วมกัน ประกอบด้วยแกนนำ สมาชิก ของแต่ละชุมชนท่องเที่ยว และคณะนักวิจัย โดยชุมชนมีการประเมินตนเองก่อนและหลังจากนั้นให้คณะกรรมการร่วม เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การสังเกตการณ์ (observation) การสนทนากลุ่ม (focus group) และการประชุมระดมความคิดเห็น กับชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาดังนี้ 1) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 2) ชุมชนทะเลน้อย 3) กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 4) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 5) กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน 6) แพปลาชุมชน บ้านช่องฟืน 7) กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก มีผลการวิจัยดังนี้คือ

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนชุมชนวิชชาลัยรวงข้าว

ตารางที่ 4.3 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนวิชชาลัยรวงข้าว

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3.67
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	0.5
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	0.5
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	2.5
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	**4**	0
คะแนนรวม		**36**	**13.17**
คะแนนที่ได้		**A ÷ 9**	**1.46**

ตารางที่ 4.4 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชนวิชชาลัยรวงข้าว

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	**4**	4
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	**4**	1
คะแนนรวม		**16**	**8**
คะแนนที่ได้		**B ÷ 4**	**2**

ตารางที่ 4.5 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	**4**	4
คะแนนรวม		**12**	**10**
คะแนนที่ได้		**C ÷ 3**	**3.33**

ตารางที่ 4.6 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนวิชชาลัยรวงข้าว

4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	2.67
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	4
คะแนนรวม		**20**	**16.67**
คะแนนที่ได้		**D ÷ 5**	**3.33**

ตารางที่ 4.7 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิชชาลัยรวงข้าว

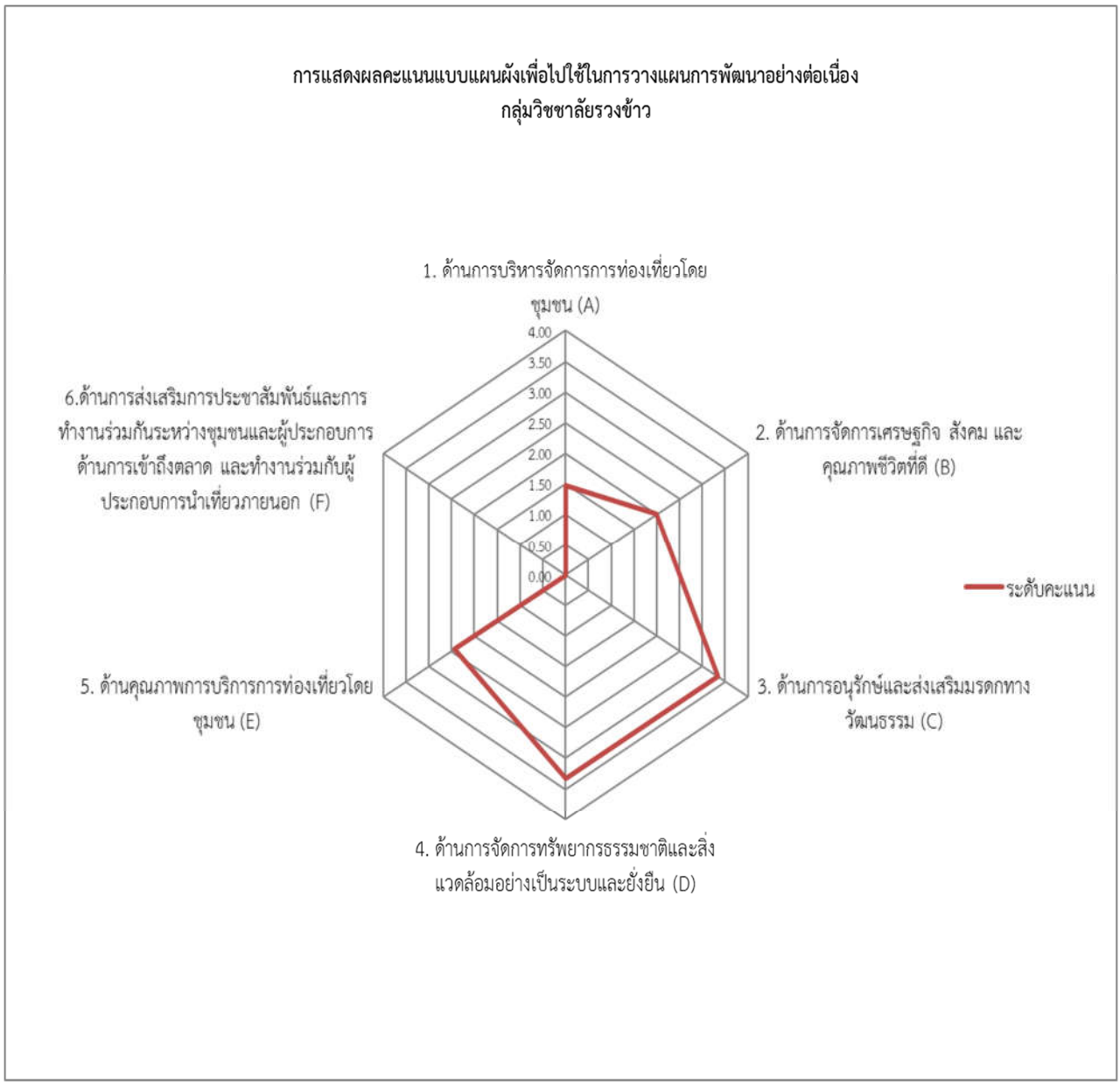
ด้านที่ 5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	**4**	1
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	2..0
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ	**4**	4
<u>หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	**4**	2.5
คะแนนรวม		**32**	**19.50**
คะแนนที่ได้		**E ÷ 8**	**2.44**

ตารางที่ 4.8 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว

6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว	4	0
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	4	0
คะแนนรวม		8	0
คะแนนที่ได้		F ÷ 2	0

ตารางที่ 4.9 รวมคะแนนทั้งหมดของกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว

ด้าน	**ระดับคะแนน**	**แปลผลคะเนน**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)	1.46	พอใช้
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)	2.00	พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)	3.33	ดีเยี่ยม
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D)	3.32	ดีเยี่ยม
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)	2.44	ดี
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)	0.00	ควรปรับปรุง



ภาพที่ 4.1 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว

โดยสรุปภาพรวมผลการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว พบว่ามี 3 ด้าน ที่จำเป็นต้องวิเคราะห์เพื่อพัฒนา คือ ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก ควรปรับปรุง ประเด็นต่อมาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี จัดอยู่ในระดับพอใช้ ดังนั้นประการแรกชุมชนควรวางระบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เข้มแข็งโดยจัดทำแผนพัฒนาและจัดโครงสร้างองค์การด้านท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งปัจจุบันยังไม่ได้ดำเนินการ ต่อมาควรติดต่อประสานกับและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก เพื่อส่งเสริมการท่องที่ร่วมกันและประการสุดท้ายควรวางระบบการกระจายรายได้ไปสู่ภาคีในระบบท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์อย่างยุติธรรม

สรุปผลคะแนนรวมการประเมินกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนทะเลน้อย

ตารางที่ 4.10 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนทะเลน้อย

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1.33
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1.5
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	2.5
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	**4**	2
คะแนนรวม		**36**	**14.33**
คะแนนที่ได้		**A ÷ 9**	**1.59**

ตารางที่ 4.11 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีชุมชนทะเลน้อย

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	**4**	4
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	**4**	1
คะแนนรวม		**16**	**8**
คะแนนที่ได้		**B ÷ 4**	**2.00**

ตารางที่ 4.12 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชนทะเลน้อย

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	4
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	**4**	4
คะแนนรวม		**12**	**11**
คะแนนที่ได้		**C ÷ 3**	**3.67**

ตารางที่ 4.13 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนชุมชนทะเลน้อย

4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	2.67
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	4
คะแนนรวม		**20**	**11.67**
คะแนนที่ได้		**D ÷ 5**	**2.33**

ตารางที่ 4.14 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนชุมชนทะเลน้อย

ด้านที่ 5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	**4**	0
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ	**4**	2
<u>หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	4

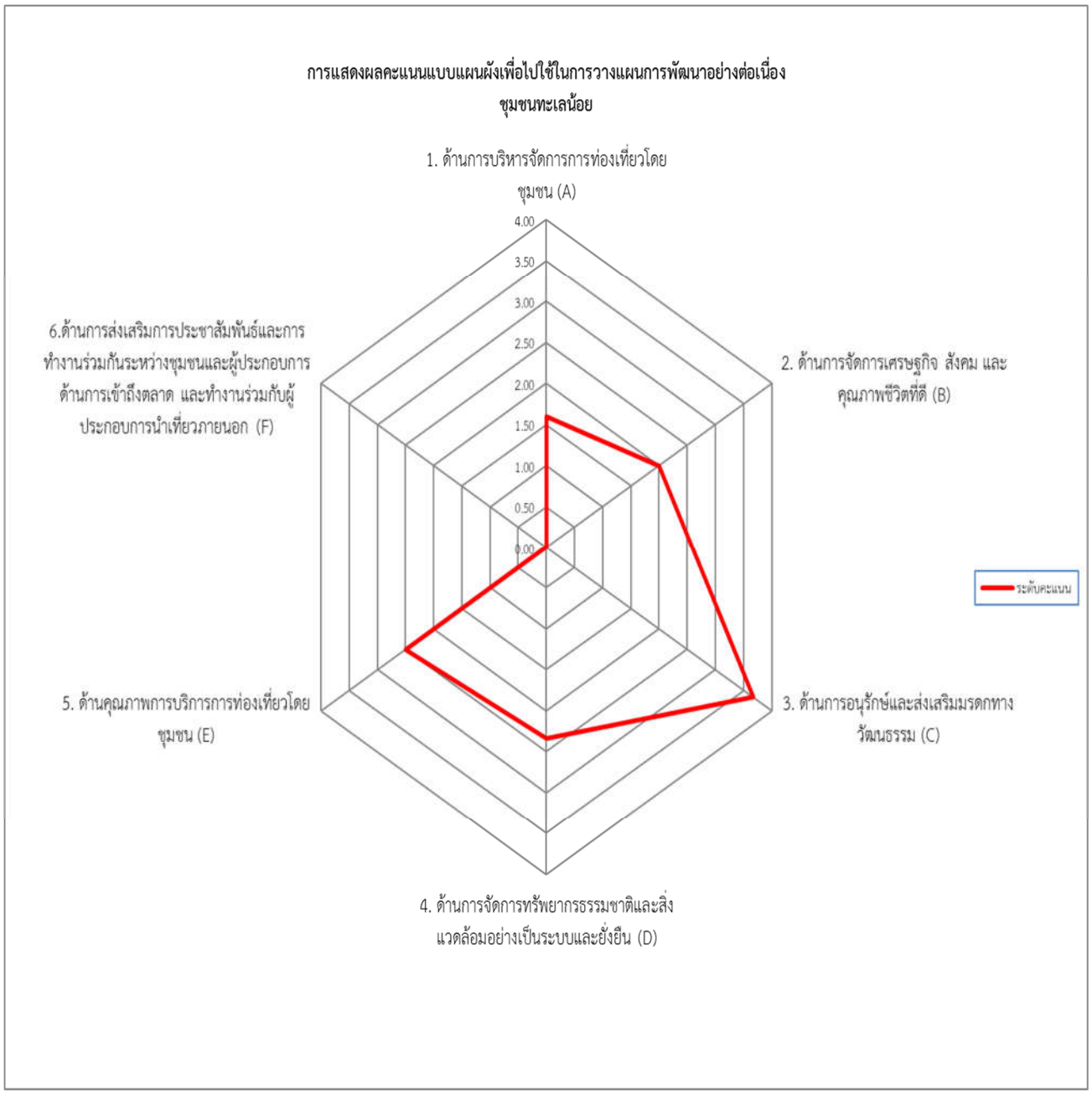
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	**4**	1
	คะแนนรวม	**32**	**20**
	คะแนนที่ได้	**E ÷ 8**	**2.50**

ตารางที่ 4.15 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกชุมชนทะเลน้อย

6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว	**4**	0
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	**4**	0
คะแนนรวม		**8**	**0**
คะแนนที่ได้		**F ÷ 2**	**0**

ตารางที่ 4.16 รวมคะแนนทั้งหมดชุมชนทะเลน้อย

ด้าน	**ระดับคะแนน**	**แปลผลคะเนน**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)	1.59	พอใช้
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)	2.00	พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)	3.67	ดีเยี่ยม
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่าง เป็นระบบและยั่งยืน (D)	2.33	ดี
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)	2.50	ดี
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)	0.00	ควรปรับปรุง



ภาพที่ 4.2 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนทะเลน้อย

โดยสรุปภาพรวมผลการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนทะเลน้อย พบว่ามี 1 ด้าน ที่ต้องปรับปรุง คือด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก ส่วนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี ผลออกมาพอใช้ ข้อเสนอแนะโดยภาพรวมชุมชนทะเลน้อยเป็นชุมชนขนาดใหญ่ ปัจจุบันการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นการเปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนได้อย่างอิสระซึ่งเป็นแบบนี้มานับ 10 กว่าปีแล้ว ทำให้การวางระบบการจัดการตามหลักการการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถทำได้ค่อยข้างยาก แต่อย่างไรก็ตามพบว่าแกนนำมีความประสงค์ที่นำแนวคิด

การท่องเที่ยวโดยโดยชุมชน ดังนั้นควรเปิดเวทีเพื่อประชุมและควรวางระบบการการจัดการที่ดำเนินการโดยคนในชุมชนให้เข้มแข็งโดยจัดทำแผนพัฒนา และจัดโครงสร้างองค์การด้านท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งปัจจุบันยังไม่ได้ดำเนินการ ต่อมาควรติดต่อประสานกับและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก เพื่อส่งเสริมการท่องที่ร่วมกัน และประการสุดท้ายควรประสานงานด้านการจัดการเศรษฐกิจสังคม กับสมาชิกภายในชุมชนภาคีเครือข่ายภายนอกชุมชนเพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การกำหนดแนวทางปกป้องระบบสังคมของคนทะเลน้อยเพื่อให้สุดท้ายนำไปสู่สร้างรายได้และการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ให้กับคนในชุมชน

ตารางที่ 4.17 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3.5
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	1.5
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	**4**	3.5
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	2.5
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	**4**	2
คะแนนรวม		**36**	**23.5**
คะแนนที่ได้		**A ÷ 9**	**2.61**

ตารางที่ 4.18 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	**4**	2.5
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	**4**	2
คะแนนรวม		**16**	**9.5**
คะแนนที่ได้		**B ÷ 4**	**2.38**

ตารางที่ 4.19 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	**4**	2
คะแนนรวม		**12**	**8**
คะแนนที่ได้		**C ÷ 3**	**2.67**

ตารางที่ 4.20 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	0
คะแนนรวม		**20**	**6**
คะแนนที่ได้		**D ÷ 5**	**1.20**

ตารางที่ 4.21 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

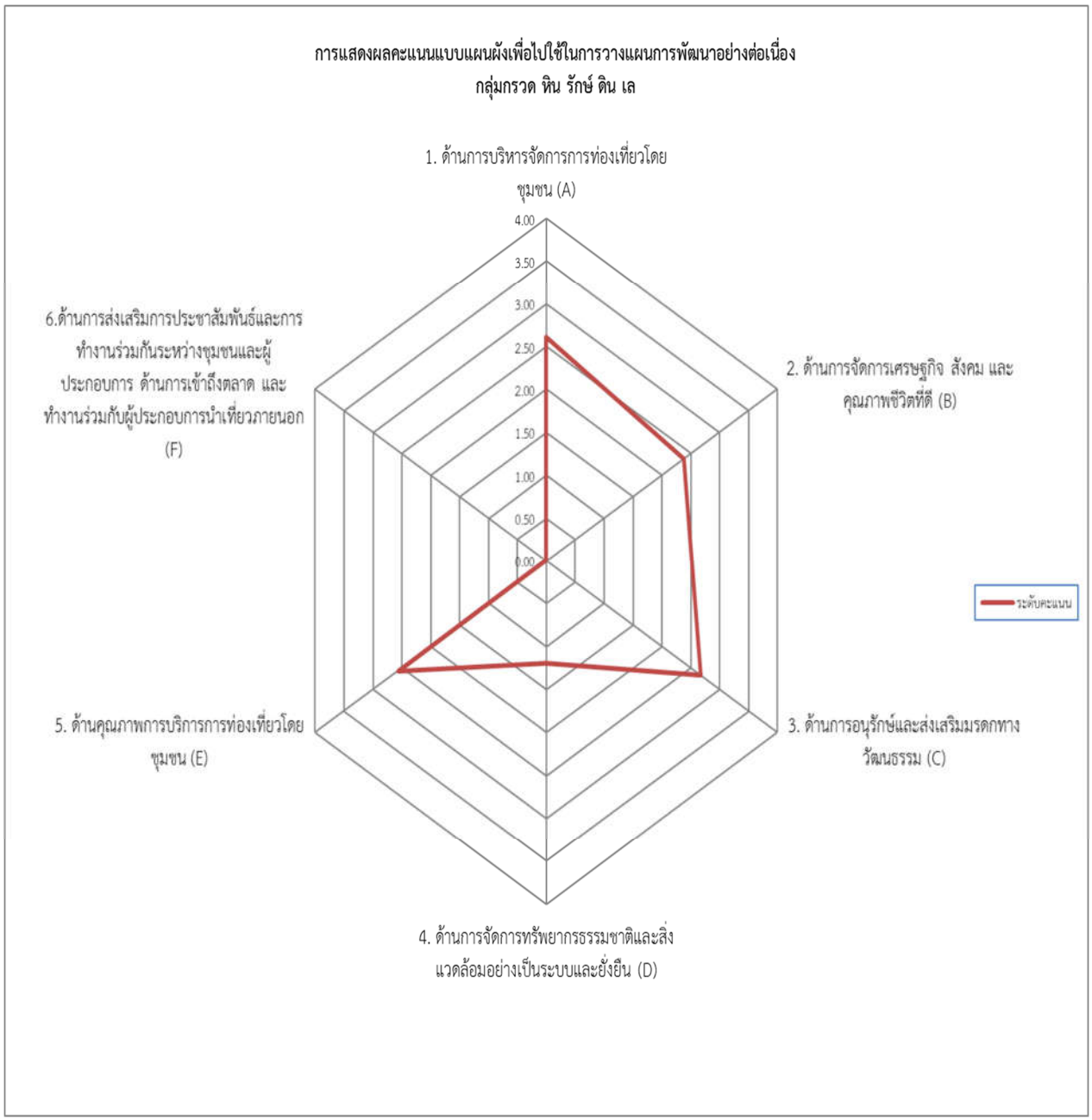
ด้านที่ 5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ	**4**	2
<u>หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	**4**	2.5
	คะแนนรวม	**32**	**20.5**
	คะแนนที่ได้	**E ÷ 8**	**2.56**

ตารางที่ 4.22 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว	4	0
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	4	0
คะแนนรวม		8	0
คะแนนที่ได้		F ÷ 2	0

ตารางที่ 4.23 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

ด้าน	**ระดับคะแนน**	**แปลผลคะแนน**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)	2.61	ดี
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)	2.38	ดี
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)	2.67	ดี
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D)	1.20	พอใช้
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)	2.56	ดี
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่าง ชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)	0.00	ควรปรับปรุง



ภาพที่ 4.4 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

โดยสรุปภาพรวมผลการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล พบว่ามี 1 ด้าน ที่ต้องปรับปรุง คือด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก ควรติดต่อประสานกับและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ร่วมกัน และประการสุดท้ายควรประสานงานด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี กับสมาชิกภายในชุมชนภาคีเครือข่ายภายนอกชุมชนเพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การกำหนดแนวทางปกป้องระบบสังคมของคนในชุมชน เพื่อนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ให้กับคนในชุมชน ส่วนประเด็นอื่น ๆ ชุมชนควรนำพิจารณาเพื่อพัฒนาต่อไป

ตารางที่ 4.24 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1.5
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1.67
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	**4**	2.5
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	2.5
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	**4**	3
คะแนนรวม		**36**	19.17
คะแนนที่ได้		**A ÷ 9**	2.13

ตารางที่ 4.25 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	**4**	0.5
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	**4**	1
คะแนนรวม		**16**	**6.5**
คะแนนที่ได้		**B ÷ 4**	**1.63**

ตารางที่ 4.26 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	**4**	3
คะแนนรวม		**12**	**5**
คะแนนที่ได้		**C ÷ 3**	**1.67**

ตารางที่ 4.27 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	2.33
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	0
คะแนนรวม		**20**	**3.33**
คะแนนที่ได้		**D ÷ 5**	**0.67**

ตารางที่ 4.28 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

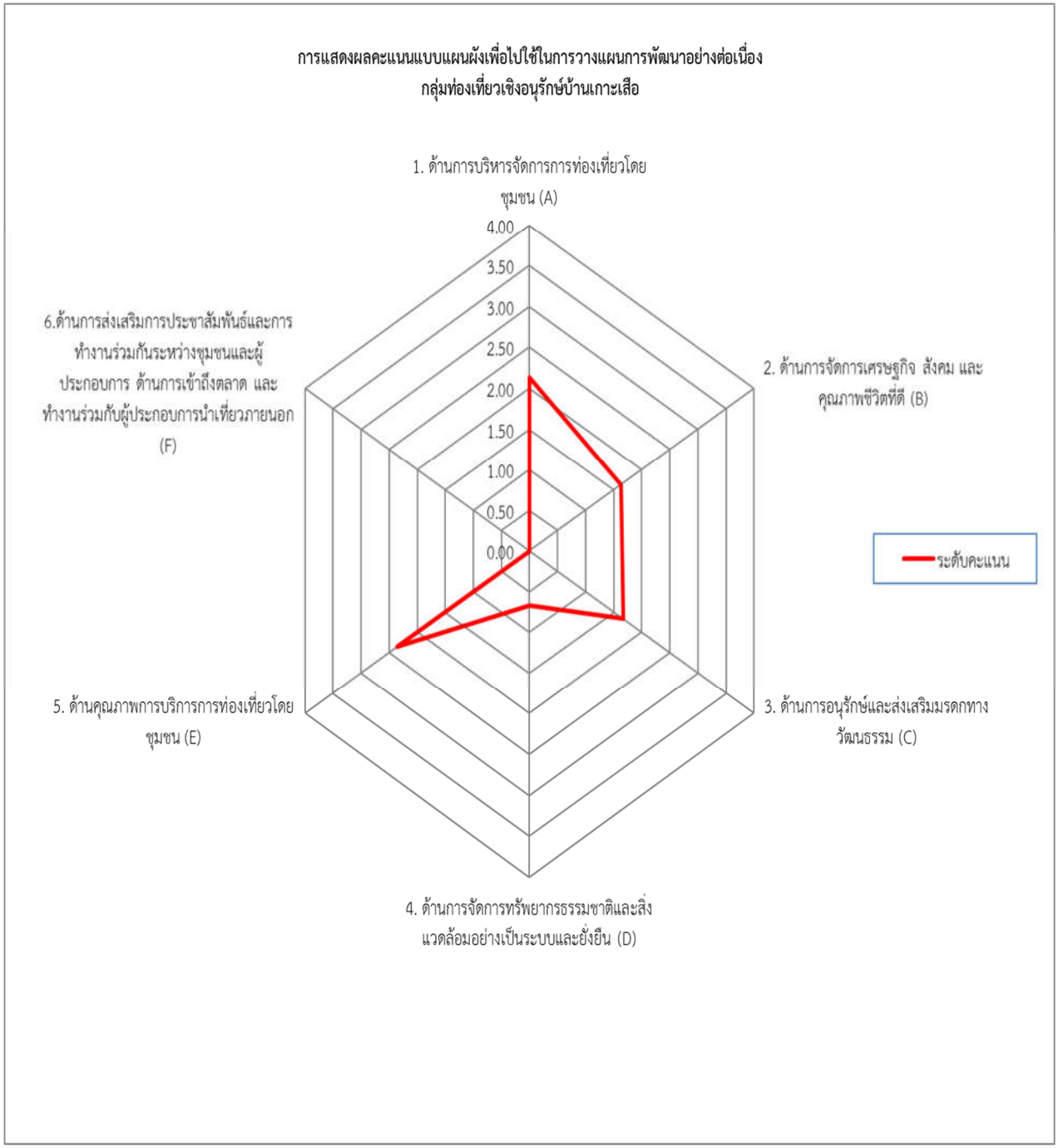
ด้านที่ 5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	**4**	0
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	1.83
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ	**4**	4
<u>หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	**4**	2
	คะแนนรวม	**32**	18.83
	คะแนนที่ได้	**E ÷ 8**	2.35

ตารางที่ 4.29 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว	**4**	0
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	**4**	0
คะแนนรวม		**8**	**0**
คะแนนที่ได้		**F ÷ 2**	**0**

ตารางที่ 4.30 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

ด้าน	**ระดับคะแนน**	**แปลผลคะแนน**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)	2.13	ดี
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)	1.63	พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)	1.67	พอใช้
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D)	0.67	ควรปรับปรุง
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)	2.35	ดี
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)	0.00	ควรปรับปรุง



ภาพที่ 4.4 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

โดยสรุปภาพรวมผลการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ พบว่ามี 2 ด้านที่ต้องปรับปรุง คือ ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก ส่วนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนอีก 2 ด้านอยู่ในระดับพอใช้ คือ ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี และด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ข้อเสนอแนะโดยภาพรวมกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ เนื่องจากกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ เป็นชุมชนแรกที่ได้นำแนวคิดเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ามาดำเนินการเป็นกลุ่มแรกในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก โดยเน้นให้ความสำคัญการศึกษาดูงานการจัดการโรงเรียนบ้านเกาะเสือ และบริการ

ที่พัก อาหาร แก่คนที่มาศึกษาดูงานหรือมาพักผ่อนในบริเวณโรงเรียนบ้านเกาะเสือ แม้ว่ามีสมาชิกและมีแกนนำที่เข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่เมื่อนำเครื่องมือการประเมินเข้ามาตรวจวัดพบว่า กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ เร่งปรับปรุงเรื่องเครือข่าย การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและ ผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก เป็นอันดับแรกเพื่อเพิ่มทางเลือกของกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้กับชุมชน และต่อมาควรสร้างรับรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่มให้เข้าใจเรื่องการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนและวางแผนการทำงานระดับชุมชนเกาะเสือและร่วมมือกับเครือข่ายระดับเกาะหมาก รวมถึงประเด็นด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะการชักพระทางน้ำ ควรยกระดับทำเป็นกิจกรรมหลักของพื้นที่เกาะเสือ และควรพัฒนาสินค้าของชุมชนเสริมการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดการกระจายเข้าสู่กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือต่อไป

ตารางที่ 4.31 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	2.5	2.5
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	1.67	1.67
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	0	0
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	1	1
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	2.5	2.5
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	2	2
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	1	1
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	1	1
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	1	1
คะแนนรวม		36	12.67
คะแนนที่ได้		A ÷ 9	1.41

ตารางที่ 4.32 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	4	2
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	4	2
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	4	3
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	4	1
คะแนนรวม		16	8
คะแนนที่ได้		B ÷ 4	2.00

ตารางที่ 4.33 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	4	2
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	4	2
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	4	2
คะแนนรวม		12	6
คะแนนที่ได้		C ÷ 3	2.00

ตารางที่ 4.34 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	4	1
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	4	1
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	4	0
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	4	0
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	4	0
คะแนนรวม		20	2
คะแนนที่ได้		D ÷ 5	0.40

ตารางที่ 4.35 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

ด้านที่ 5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	4	0
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	4	0
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	4	2.33
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ	4	3

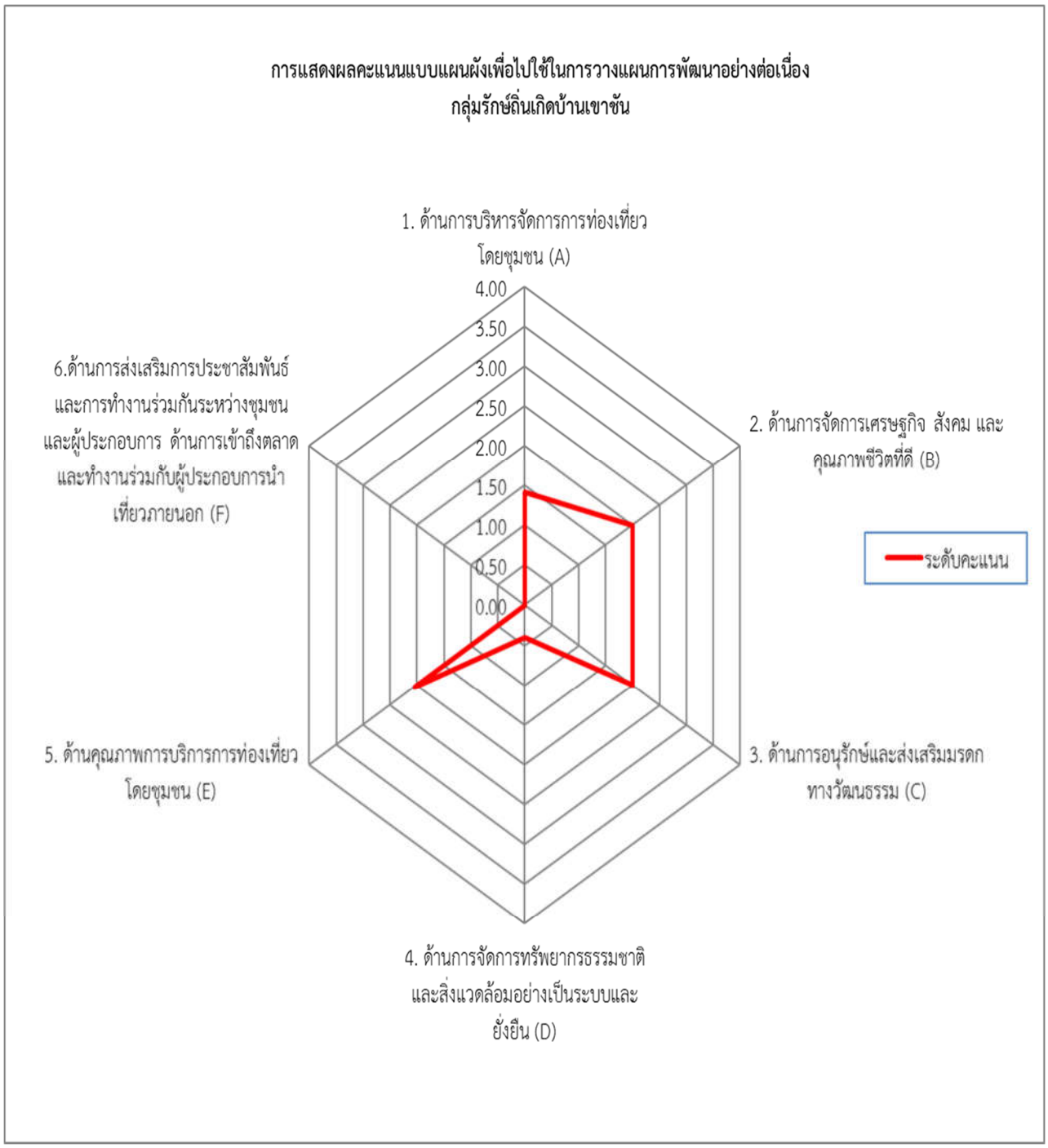
หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย			
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	**4**	1
	คะแนนรวม	**32**	16.33
	คะแนนที่ได้	**E ÷ 8**	2.04

ตารางที่ 4.36 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงาน ร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว	**4**	0
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	**4**	0
คะแนนรวม		**8**	**0**
คะแนนที่ได้		**F ÷ 2**	**0**

ตารางที่ 4.37 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

ด้าน	**ระดับคะแนน**	**แปลผลคะเนน**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)	1.41	พอใช้
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)	2.00	พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)	2.00	พอใช้
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D)	0.40	ควรปรับปรุง
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)	2.04	พอใช้
6. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกัน ระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงาน ร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)	0.00	ควรปรับปรุง



ภาพที่ 4.5 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

โดยสรุปภาพรวมผลการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน พบว่ามี 2 ด้าน ที่ต้องปรับปรุง คือ ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก ส่วนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนอีก 4 ด้านอยู่ในระดับพอใช้ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี และด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม จากผลการประเมินข้างต้นพบว่า กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน เป็นกลุ่มชาวบ้านที่เพิ่งเริ่มต้นสนใจดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก ทำให้คะแนนการประเมินจากส่วนใหญ่อยู่ระดับน้อย ต้องปรับปรุงหลายประการ ดังนั้นข้อแนะนำสำหรับกลุ่มนี้ต้องวาง

ระบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยต่อยอดจากความเข้มแข็งเดิมที่เป็นกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ ให้หันมาสนใจการบริการทางท่องเที่ยว ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์โดยนำเอาข้อมูลที่ได้จากผลการประเมินมาพิจารณาเป็นรายข้อ และนำเข้าที่ประชุมของกลุ่มเพื่อคัดเลือกส่วนที่ทำได้ก่อน มาดำเนินก่อน โดยทำการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในกลุ่มและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมากต่อไป

ตารางที่ 4.38 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	0.25
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1.5
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	0.5
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	1.5
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	**4**	3
คะแนนรวม		**36**	8.75
คะแนนที่ได้		**A ÷ 9**	0.97

ตารางที่ 4.39 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	**4**	0
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	4
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	**4**	4
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	**4**	2
คะแนนรวม		**16**	10
คะแนนที่ได้		**B ÷ 4**	2.50

ตารางที่ 4.40 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	**4**	0
คะแนนรวม		**12**	**5**
คะแนนที่ได้		**C ÷ 3**	**1.67**

ตารางที่ 4.41 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	1.33
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	**4**	2.5
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	4
คะแนนรวม		**20**	13.83
คะแนนที่ได้		**D ÷ 5**	2.77

ตารางที่ 4.42 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

ด้านที่ 5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	**4**	0
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ	**4**	2

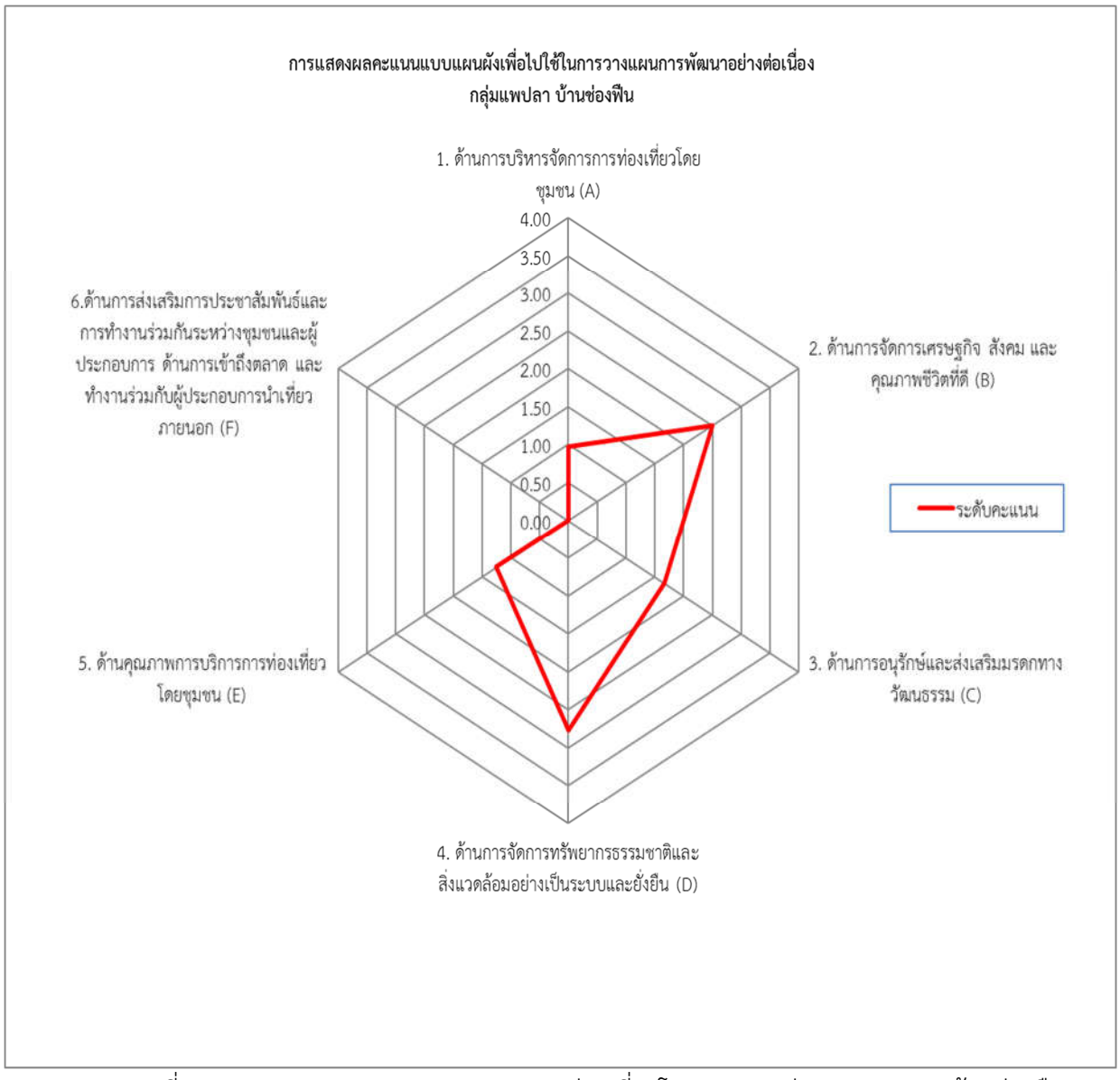
หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย			
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	0
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	**4**	1
	คะแนนรวม	**32**	10
	คะแนนที่ได้	**E ÷ 8**	1.25

ตารางที่ 4.43 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว	**4**	0
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	**4**	0
คะแนนรวม		**8**	**0**
คะแนนที่ได้		**F ÷ 2**	**0**

ตารางที่ 4.44 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

ด้าน	**ระดับคะแนน**	**แปลผลคะเนน**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)	0.97	ควรปรับปรุง
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)	2.50	พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)	1.67	พอใช้
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D)	2.77	ดี
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)	1.25	พอใช้
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)	0.00	ควรปรับปรุง



ภาพที่ 4.6 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

โดยสรุปภาพรวมผลการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน พบว่ามี 2 ด้าน ที่ต้องปรับปรุง คือ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก ส่วนอีก 3 ด้านอยู่ในระดับพอใช้ ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี และด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม และด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากผลการประเมินข้างต้นพบว่า กลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน เป็นกลุ่มชาวบ้านที่เพิ่งเริ่มต้นสนใจดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก ทำให้คะแนนการประเมินจากส่วนใหญ่อยู่ระดับน้อย ต้องปรับปรุงหลายประการ ดังนั้นข้อแนะนำสำหรับกลุ่มนี้ต้องวางระบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยต่อยอดจากความเข้มแข็งเดิมที่เป็นกลุ่มประมงอนุรักษ์และกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ ให้หันมาสนใจการบริการทางท่องเที่ยว ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์โดยนำเอาข้อมูลที่ได้จากผลการประเมินมาพิจารณาเป็นรายข้อ และนำเข้าที่ประชุมของกลุ่มเพื่อ

คัดเลือกส่วนที่ทำได้ก่อน มาดำเนินก่อน โดยทำการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในกลุ่มและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมากต่อไป

ตารางที่ 4.45 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3.25
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	3.5
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	**4**	2
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	2.5
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	4
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	**4**	1
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	**4**	3
คะแนนรวม		**36**	25.25
คะแนนที่ได้		**A ÷ 9**	2.81

ตารางที่ 4.46 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่**ดี**กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	**4**	4
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	**4**	1
คะแนนรวม		**16**	11
คะแนนที่ได้		**B ÷ 4**	2.75

ตารางที่ 4.47 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	**4**	3
คะแนนรวม		**12**	**9**
คะแนนที่ได้		**C ÷ 3**	**3.00**

ตารางที่ 4.48 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	2.67
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	**4**	3.5
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	4
คะแนนรวม		**20**	**16.17**
คะแนนที่ได้		**D ÷ 5**	**3.23**

ตารางที่ 4.49 ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

ด้านที่ 5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	**4**	2.67
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ	**4**	4

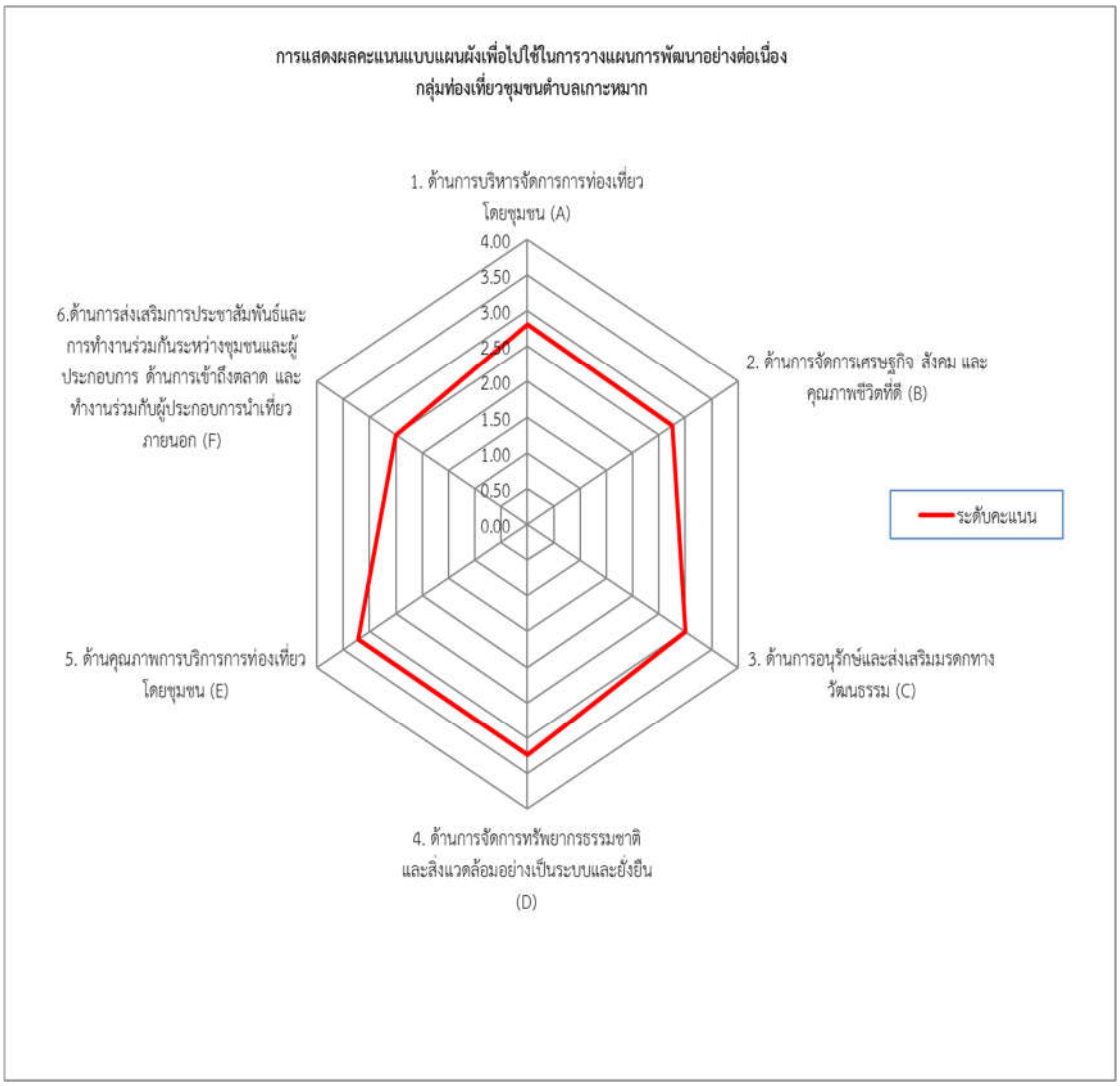
หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย			
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	**4**	4
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	3
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	**4**	3
	คะแนนรวม	**32**	25.67
	คะแนนที่ได้	**E ÷ 8**	3.21

ตารางที่ 4.50 ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว	**4**	3
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	**4**	2
คะแนนรวม		**8**	5
คะแนนที่ได้		**F ÷ 2**	2.50

ตารางที่ 4.51 รวมคะแนนทั้งหมดกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก

ด้าน	**ระดับคะแนน**	**แปลผลคะเนน**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)	2.81	ดีเยี่ยม
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)	2.75	ดีเยี่ยม
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)	3.00	ดี
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D)	3.23	ดีเยี่ยม
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)	3.21	ดีเยี่ยม
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)	2.50	ดี



ภาพที่ 4.7 การแสดงผลคะแนนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก

โดยสรุปภาพรวมผลการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก พบว่าจากผลการประเมินโดยส่วนใหญ่ ได้ผลคะแนนอยู่ในดีเยี่ยม 4 ด้าน และระดับดี 2 ด้าน ที่เป็นเช่นเนื่องจาก เป็นกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวหลักของพื้นที่เกาะหมาก ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาด้านท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ตำบลเกาะหมากและชุมชนท่องเที่ยวนี้มีพัฒนาการหลายด้านและมีความพร้อมด้านท่องเที่ยวทั้งเรื่อง เส้นทาง กิจกรรม โปรแกรมการท่องเที่ยว การบริการที่พักของชุมชน ระบบการขนส่งทางเรือ มีจักรยานปั่นภายในชุมชน และกลุ่มมีการนำอัตลักษณ์วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ มาพัฒนากิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน และระยะ 1 ปีหลังทางคณะผู้วิจัยได้หนุนเสริมให้ชุมชนพัฒนาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน โดยพัฒนาเป็นธนาคารกุ้ง และการทำกิจกรรมอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำที่หลากหลาย และนำกิจกรรมเหล่านี้ไปเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในพื้นเกาะหมาก ดังนั้นข้อเสนอสำหรับกลุ่มนี้ควรพัฒนาตามแนวทางที่กำหนดแผนงานระยะยาวไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

คณะผู้วิจัยได้จัดประชุมเพื่อจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วยแกนนำชุมชนกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย และนักวิเคราะห์นโยบายและแผน จากองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก และเทศบาลพนางตุง จังหวัดพัทลุง โดยใช้ข้อมูลจากผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา โดยคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านความเห็นชอบโดย คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (3) ด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน (4) ดา้นการจดัการทรัพยากรธรรมชาติ หรือ สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (5) ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ (6) ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และการทำงาน ร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก มีรายละเอียดดังนี้คือ

ตารางที่ 4.52 ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำอธิบาย เครื่องหมาย √ คือต้องการรับการสนับสนุนเพิ่มและเครื่องหมาย x คือ มีศักยภาพสูงไม่จำเป็นต้องสนับสนุน								
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน								
ลำดับ	**เกณฑ์**	**แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน**	**วิชชาลัยรวงข้าว**	**ชุมชนทะเลน้อย**	**กรวด หินรักษ์ ดินเล**	**เกาะเสือ**	**กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน**	**ท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	x	x	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่อง	x	√	√	√	√	√	√

	เที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ							
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การ ท่องเที่ยวโดยชุมชน	√	√	√	√	√	√	√
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี								
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	x	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	x	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการ ท่องเที่ยว	x	x	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	√	√	√	√	√	√	√
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม								
ลำดับ	**เกณฑ์**	**แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน**	**วิชชาลัยรวงข้าว**	**ชุมชนทะเลน้อย**	**กรวด หินรักษ์ ดินเล**	**เกาะเสือ**	**กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน**	**ท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	√	x	x	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	√	x	x	√	√	√	√

คำอธิบาย เครื่องหมาย √ คือต้องการรับการสนับสนุนเพิ่มและเครื่องหมาย x คือ มีศักยภาพสูงไม่จำเป็นต้องสนับสนุน								
4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน								
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญา ด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษา ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการ ท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
5.ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน								
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>								
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยว เป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√

คำอธิบาย เครื่องหมาย √ คือต้องการรับการสนับสนุนเพิ่มและเครื่องหมาย x คือ มีศักยภาพสูงไม่จำเป็นต้องสนับสนุน								
5.ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน								
ลำดับ	**เกณฑ์**	**แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน**	**วิชชาลัยรวงข้าว**	**ชุมชนทะเลน้อย**	**กรวดหินรักษ์ดิน เล**	**เกาะเสือ**	**กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน**	**ท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก**
<u>หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย</u>								
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	x
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	√	√	√	√	√	√	√
6.ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก								
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการ	√	√	√	√	√	√	√
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	√	√	√	√	√	√	√

แผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

คณะผู้วิจัยได้จัดประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก จังหวัดพัทลุง ระยะ 3 ปี ร่วมกับนักวิเคราะห์นโยบายและแผน จากองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก จังหวัดพัทลุง โดยใช้ข้อมูลจากการประเมินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ผู้เข้าร่วมจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก จังหวัดพัทลุง ระยะ 3 ปี ประกอบด้วย

1. แกนนำชุมชนกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน
2. เครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก ประกอบด้วย
   2.1 กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล
   2.2 กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ
   2.3 กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน
   2.4 กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก

ตารางที่ 4.53 แผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก จังหวัดพัทลุง ระยะ 3 ปี

กิจกรรม/โครงการ	**ปีที่ดำเนินการ**			
	2563	**2564**	**2565**	**ผู้รับผิดชอบ**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน				
1.1 จดทะเบียนรับรองกลุ่มท่องเที่ยวโดยอบต.หรือหน่วยงานราชอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	**√**	**√**	**√**	-อบต.เกาะหมาก -กลุ่มท่องเที่ยว
1.2 สร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเกาะหมาก	อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	อบต.เกาะหมาก
1.3 ค่ายเยาวชน ปลูกฝังด้านการท่องเที่ยวและสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์	**√**	**√**	**√**	-อบต.เกาะหมาก -กลุ่มท่องเที่ยว
1.4 รวบรวมข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนเกาะหมาก	**√**	**√**	**√**	-อบต.เกาะหมาก -กลุ่มท่องเที่ยวต่าง ๆ
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี				
2.1 ยกระดับมาตรฐานสินค้าชุมชน	อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	อบต.เกาะหมาก
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม				
3.1 สร้างกิจกรรมอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม	√	√	√	-กลุ่มกรวด หิน รักดิน เล -หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน				
4.1 สร้างกิจกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ	√	√	√	-แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน -หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4.2 พัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว	**√**	**√**	**√**	-อบต.เกาะหมาก -กลุ่มท่องเที่ยวต่าง ๆ
5.ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน				
5.1 เพิ่มทักษะการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น อบรมไกด์	**√**	**√**	**√**	-อบต.เกาะหมาก -กลุ่มท่องเที่ยวต่าง ๆ
5.2 จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ	**√**	**√**	**√**	-อบต.เกาะหมาก
5.3 จัดทำป้ายบอกแหล่งและเส้นทางท่องเที่ยว	**√**	**√**	**√**	-อบต.เกาะหมาก
5.4 สร้างแลนด์มาร์คจุดเช็คอินแหล่งท่องเที่ยว	**√**	**√**	**√**	-อบต.เกาะหมาก -กลุ่มท่องเที่ยวต่าง ๆ

กิจกรรม/โครงการ	ปีที่ดำเนินการ			
	2563	2564	2565	ผู้รับผิดชอบ
6.ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก				
6.1 การสร้างแบรนด์และประชาสัมพันธ์ เกาะหมาก เช่น สื่อต่าง ๆ การออกบูธ เป็นต้น	√	√	√	-อบต.เกาะหมาก -กลุ่มท่องเที่ยวต่าง ๆ
6.2 สร้างเครือข่าร่วมกับภาคีท่องเที่ยวภายนอก		√	√	-อบต.เกาะหมาก -กลุ่มท่องเที่ยวต่าง ๆ

แผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง

คณะผู้วิจัยได้จัดประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ระยะ 3 ปี ร่วมกับนักวิเคราะห์นโยบายและแผน จากเทศบาลพนางตุง จังหวัดพัทลุง โดยใช้ข้อมูลจากการประเมินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ผู้เข้าร่วมจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ระยะ 3 ปี ประกอบด้วย แกนนำชุมชนกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย

ตารางที่ 4.54 แผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ระยะ 3 ปี

กิจกรรม/โครงการ	ปีที่ดำเนินการ			
	2563	2564	2565	ผู้รับผิดชอบ
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน				
1.1 จัดตั้งกลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนทะเลน้อย	√			-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
1.2 จัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวในชุมชน	√			-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
1.3 การพัฒนากลุ่มและเครือข่ายให้มีความร่วมมือข้อตกลงระหว่างเครือข่าย/ธรรมนูญชุมชน	√			-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
1.4 การจัดการตลาดและประชาสัมพันธ์	√	√	√	-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี				
2.1 กำหนดและพัฒนามาตรฐานและผลผลิตทางการท่องเที่ยว	√			-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
2.2 กำหนดเกณฑ์ในการจัดสรรรายได้ทางการท่องเที่ยว	√			-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม				
3.1 รวบรวมฐานข้อมูลทางด้านวัฒนธรรมชุมชน	√			-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
3.2 เผยแพร่วัฒนธรรมชุมชนในรูปแบบที่ทันสมัย	√	√	√	-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว

กิจกรรม/โครงการ	ปีที่ดำเนินการ			
	2563	2564	2565	ผู้รับผิดชอบ
4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน				
4.1 กำหนดโซนพื้นที่การท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว	√			-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
4.2 การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรชุมชนและสิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ ป่า ไม้ สัตว์น้ำ	√	√	√	-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
4.3 จัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	√	√	√	-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
4.4 รณรงค์สร้างความตระหนักในการอนุรักษ์	√	√	√	-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
5.ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน				
5.1 การพัฒนายกระดับการดำเนินการบริการ เช่น ร้านอาหาร ที่พัก สินค้าที่ระลึก ของฝาก เป็นต้น	√	√	√	-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
5.2 จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของชุมชน	√			-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
5.3 มีระบบจัดการความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เช่น อาหาร ที่พัก ยานพาหนะ และอุปกรณ์ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	√	√	√	-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว
6.ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก				
6.1 สร้างเครือข่ายร่วมกับภาคีท่องเที่ยวภายนอก	√	√	√	-เทศบาลพนางตุง -ชุมชนท่องเที่ยว

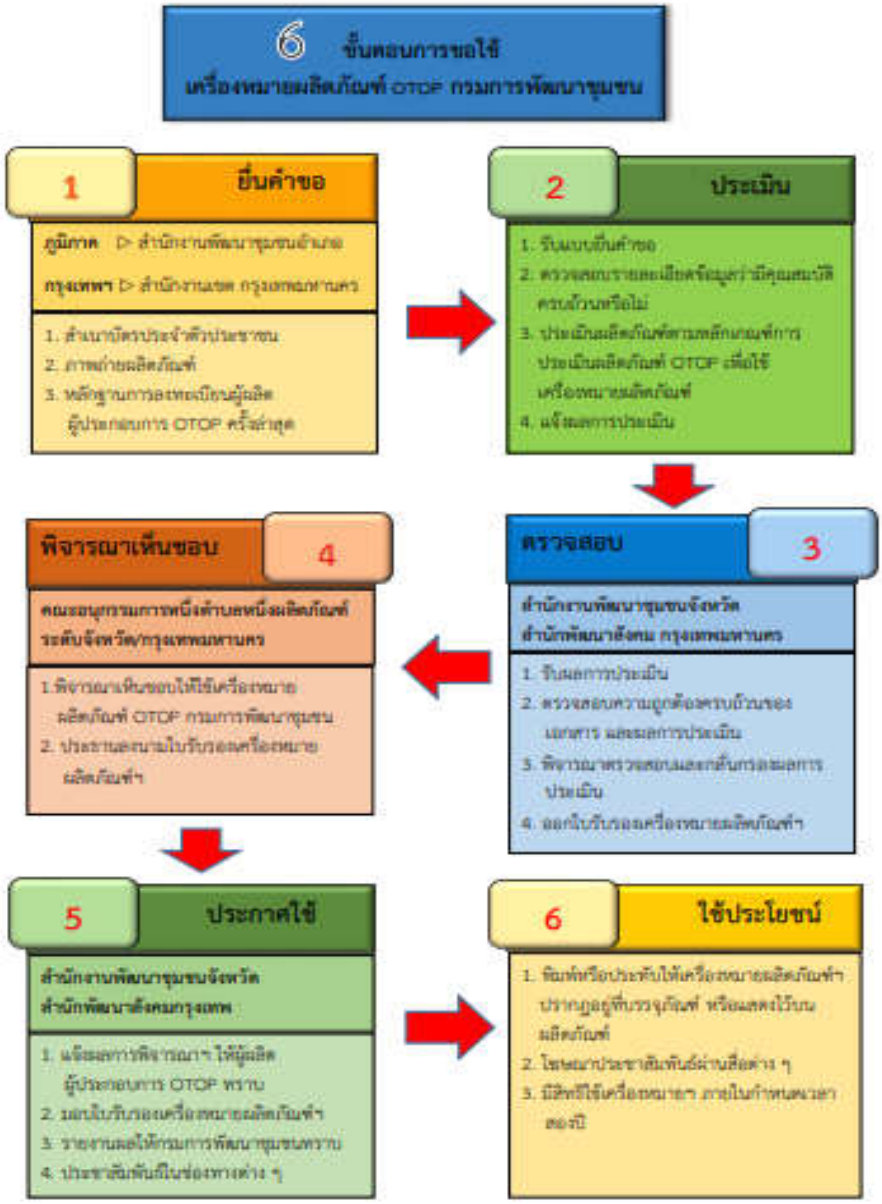
4.2 ผลยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

คณะวิจัยได้ทำการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมควบคู่กับการสำรวจ (field survey) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การสังเกตการณ์ (observation) การสนทนากลุ่ม (focus group) การประชุมระดมความคิดเห็น และการยื่นคำขอเพื่อขอรับการประเมินเพื่อขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย การจัดแสดงสินค้าและโฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน มีผลการวิจัยดังนี้คือ

การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชน

การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวกับแนวปฏิบัติขั้นตอนการยื่นขอเครื่องหมาย OTOP กับทางสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง สำนักงานพัฒนาการอำเภอปากะพะยูน และสำนักงานพัฒนาการอำเภอควนขนุน พบว่า แนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีขั้นตอนดังนี้

กรมการพัฒนาชุมชน ต้องการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ด้วยการยกระดับคุณภาพ ปริมาณ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จึงได้กำหนดมาตรฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อรับรองผลิตภัณฑ์ และเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ OTOP มีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 4.8 ขั้นตอนการยื่นเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน

คณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพดีและตรงกับความต้องการชุมชนที่ต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย โดยใช้ระยะเวลาติดต่อประมาณ 6 เดือนและได้ประสานงานสำนักพัฒนาการจังหวัดพัทลุงเพื่อรับเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP สรุปได้ดังนี้

1. **ผู้ประกอบการ : แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน**

ทะเบียน OTOP : 9306000653 รหัสผู้ประกอบการ : 930600065

ธุรกิจ : ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำอินทรีย์ ปลาหยองเพื่อสุขภาพ

กลุ่ม : อาหาร

ที่อยู่ : แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โทร.0899760447

กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ : C หมายถึง พัฒนาเข้าสู่ตลาดแข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต่ำแต่ผลิตได้จำนวนมาก สินค้ากลุ่มนี้มุ่งเน้นการเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพสู่การแข่งขัน

แนวทางการพัฒนา

1.ต้นแบบ : ผู้ประกอบการมีความตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำอินทรีย์เป็นปลาหการยองเพื่อสุขภาพ และได้ทดลองผลิตจากปลาที่จับได้ปริมาณมาก เช่น ปลาช่อน ทำให้พบว่า เนื้อปลามีรสชาติที่อร่อยและไม่มีกลิ่นคาวปลา

2. บรรจุภัณฑ์ : บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นถุงซิปแบบกระดาษสีน้ำตาล ติดสติ๊กเกอร์การวิเคราะห์ฉลากโภชนาการ ออกแบบ Logo ใหม่ให้จดจำง่าย

3. เครื่องหมายการค้า : คงเครื่องหมายการค้าเดิมไว้

4. มาตรฐานการผลิต : ผู้ประกอบการอยู่ระหว่างดำเนินการปรับปรุงสถานที่ผลิตและขอรับรองมาตรฐานการผลิต และได้แนะนำการออกแบบสถานที่ผลิต ให้ถูกหลักเกณฑ์การผลิตอาหาร (GMP)



ภาพที่ 4.9 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย ปลาหยองเพื่อสุขภาพ

2. ผู้ประกอบการ : วิสาหกิจชุมชนชมรมสื่อแห่งปัญญาพัฒนาเกษตรยั่งยืน

ทะเบียน OTOP : 930500113103702 รหัสผู้ประกอบการ : 930500113

ธุรกิจ : แป้งข้าวสังข์หยด

กลุ่ม : อาหาร

ที่อยู่ : วิชชาลัยรวงข้าว บ้านท่าช้าง ต.พนางตุง จ.พัทลุง

กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ : C หมายถึง พัฒนาเข้าสู่ตลาดแข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต่ำแต่ผลิตได้จำนวนมาก สินค้ากลุ่มนี้มุ่งเน้นการเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพสู่การแข่งขัน

แนวทางการพัฒนา

1. ต้นแบบ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแป้งข้าวสังข์หยด ผู้ประกอบการได้เลือกการโม่เปียกโดยนำปลายข้าวสังข์หยดมาบดเป็นแป้งข้าวสังข์หยดที่มีคุณภาพสูง เพื่อนำไปใช้ประกอบในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต่อไป

2. บรรจุภัณฑ์ : บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นถุงซิปแบบใส ติดสติ๊กเกอร์ พร้อมคำอธิบายเรื่องราวความเป็นมาของสินค้าที่มีคุณค่าและรักษาสุขภาพ มีความปลอดภัยสูง

3. เครื่องหมายการค้า : คงเครื่องหมายการค้าเดิมไว้ “ชัยรองไรซ์”

4. มาตรฐานการผลิต : การควบคุมดูแลความสะอาดให้ถูกสุขลักษณะกระบวนการผลิต จัดระเบียบสถานที่ผลิตในแต่ละขั้นตอน ให้คำปรึกษาการดำเนินการปรับปรุงสถานที่ผลิต เพื่อขอรับมาตรฐาน อย.



ภาพที่ 4.10 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย แป้งข้าวสังข์หยด

3. ผู้ประกอบการ : วิสาหกิจชุมชนชมรมสื่อแห่งปัญญาพัฒนาเกษตรยั่งยืน

ทะเบียน OTOP : 930500113103701 รหัสผู้ประกอบการ : 930500113

ธุรกิจ : ขนมคุ้กกี้ข้าวสังข์หยด

กลุ่ม : อาหาร

ที่อยู่ : วิชชาลัยรวงข้าว บ้านท่าช้าง ต.พนางตุง จ.พัทลุง

กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ : C หมายถึง พัฒนาเข้าสู่ตลาดแข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต่ำแต่ผลิตได้จำนวนมาก สินค้ากลุ่มนี้มุ่งเน้นการเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพสู่การแข่งขัน

แนวทางการพัฒนา

1. ต้นแบบ : ผู้ประกอบการมีความตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมคุ้กกี้ข้าวสังข์หยด และได้ทดลองผลิตหลายครั้ง สามารถสรุปได้ว่า การลดปริมาณธัญพืช จะทำให้คุ้กกี้ข้าวสังข์หยดมีความเด่นชัดมากขึ้น
2. บรรจุภัณฑ์ : พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่เป็นกระป๋องพลาสติกที่มีฉลากติดรอบบรรจุภัณฑ์ โดยปรับ Logo ใหม่ปรับปรุงฉลากให้ดูดีมีคุณค่า น่าซื้อเป็นของฝาก
3. เครื่องหมายการค้า : คงเครื่องหมายการค้าเดิมไว้ “ชัยรองไรซ์”
4. มาตรฐานการผลิต : การควบคุมดูแลความสะอาดให้ถูกสุขลักษณะกระบวนการผลิต จัดระเบียบสถานที่ผลิตในแต่ละขั้นตอน ให้คำปรึกษาการดำเนินการปรับปรุงสถานที่ผลิต เพื่อขอรับมาตรฐาน อ.ย.



ภาพที่ 4.11 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย ขนมคุ้กกี้ข้าวสังข์หยด

4. ผู้ประกอบการ : แม่พะยอม เลน้อย

ทะเบียน OTOP : 9305002741 รหัสผู้ประกอบการ : 930500274

ธุรกิจ : น้ำเคยปลาและพุงปลาเข้มข้น

กลุ่ม : อาหาร

ที่อยู่ : 223 ม. 1 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง

กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ : D หมายถึง ปรับตัวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการผลิต มุ่งเน้นการรับช่วงการผลิต เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน โดยส่งเสริมการเข้าร่วมเป็นกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่าย ในรูปแบบเครือข่ายต่าง ๆ

แนวทางการพัฒนา

1. ต้นแบบ : ผู้ประกอบการมีความตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำเคยปลาและพุงปลาเข้มข้น และได้ทดลองผลิตหลายครั้ง จนพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์เป็นน้ำเคยปลาเข้มข้น 100% ทำให้รสชาติเคยปลา มีความเด่นชัดมากขึ้น

2. บรรจุภัณฑ์ : บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นขวดแก้ว ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้สะดวกต่อการพกพามากขึ้นเป็นขวดพลาสติกใส มีการห่อหุ้มฝาปิดตลอด ทำให้สะดวกต่อการขนส่งมากขึ้น

3. เครื่องหมายการค้า : คงเครื่องหมายการค้าเดิมไว้

4. มาตรฐานการผลิต : การควบคุมดูแลความสะอาดให้ถูกสุขลักษณะกระบวนการผลิต จัดระเบียบสถานที่ผลิตในแต่ละขั้นตอน ให้คำปรึกษาการดำเนินการปรับปรุงสถานที่ผลิต เพื่อขอรับมาตรฐาน อย.



ภาพที่ 4.12 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย น้ำเคยปลาและพุงปลาเข้มข้น

5. ผู้ประกอบการ : เคยปลาทะเลน้อย

ทะเบียน OTOP : 9305002731 รหัสผู้ประกอบการ : 930500273
ธุรกิจ : เคยปลาทะเลน้อย
กลุ่ม : อาหาร
ที่อยู่ : 310 ม.1 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง
กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ : D หมายถึง ปรับตัวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการผลิต มุ่งเน้นการรับช่วงการผลิต เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน โดยส่งเสริมการเข้าร่วมเป็นกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่าย ในรูปแบบเครือข่ายต่าง ๆ

แนวทางการพัฒนา

1. ต้นแบบ : ผู้ประกอบการมีความตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการถนอมอาหารผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ ปลาที่ไม่ค่อยสดมาแปรรูปและถนอมเก็บไว้บริโภคในยามขาดแคลนในรูปของปลาร้า ปลาเค็ม และเคยปลาแล้วนำมาผลิตเป็นเคยก้อนก้อนย่อย ๆ
2. บรรจุภัณฑ์ : พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่เป็นถุงแบบมีซิปที่มีฉลากติดตรงกลางบรรจุภัณฑ์ โดยปรับ Logo ใหม่ปรับปรุงฉลากให้ดูดีมีคุณค่า น่าซื้อเป็นของฝาก
3. เครื่องหมายการค้า : ปรับ Logo ใหม่ โดยใช้สัญลักษณ์เป็นดอกบัวในทะเลน้อย
4. มาตรฐานการผลิต : มีการปรับปรุงสถานที่ผลิตเป็นโรงเรือนที่มีมุ้งปิดรอบด้าน และมีการควบคุมดูแลความสะอาดให้ถูกสุขลักษณะกระบวนการผลิต จัดระเบียบสถานที่ผลิตในแต่ละขั้นตอน ให้คำปรึกษาการดำเนินการปรับปรุงสถานที่ผลิต เพื่อขอรับมาตรฐาน อย.



ภาพที่ 4.13 ผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย เคยปลาทะเลน้อย

หลังจากที่คณะผู้วิจัยได้ประสานงานกับชุมชนและสำนักงานพัฒนาการจังหวัดพัทลุงได้ใช้แนวทางปฏิบัติในการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2562 เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่าย ในลงทะเบียนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Prouduct) หรือโอทอป (OTOP) ทั้งนี้นโยบายการดำเนินงานส่งเสริมโครงการ OTOP ในอนาคตต่อไปนั้น จำเป็นต้องขับเคลื่อนโดยการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นกระบวนการและบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วน การส่งเสริมและพัฒนาคำนึงถึงประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และศักยภาพความสามารถการแข่งขันที่แตกต่างกันเป็นสำคัญ โดยมีการกำหนดแนวทางกลยุทธ์การพัฒนาที่ มีความชัดเจนเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) การจัดกลุ่ม OTOP Segmentation กลยุทธ์การส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) โดยกำหนดแนวทางการ พัฒนาที่มีความชัดเจนเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) จำแนกได้ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

-กลุ่ม A ดาวเด่นสู่สากล : สินค้ามีคุณภาพราคาสูงและผลิตได้ปริมาณมาก

-กลุ่ม B อนุรักษ์สร้างคุณค่าในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ:สินค้ามีคุณภาพราคาสูงและผลิตในปริมาณน้อย เพื่อตอบสนองลูกค้าเฉพาะราย

-กลุ่ม C พัฒนาเข้าสู่ตลาดการแข่งขัน : สินค้ามีคุณภาพ/ราคาต่ำและผลิตได้ปริมาณมาก

-กลุ่ม D ปรับตัวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการผลิต : สินค้ามีคุณภาพ/ราคาต่ำและผลิตได้ปริมาณน้อย

ในการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ปรกอบการ OTOP ปี 2562 เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ไม่เคยลงทะเบียนสินค้า OTOP มาก่อน โดยได้ลงทะเบียนที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอปากพะยูนและอำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง จัดส่งประกาศ และแบบรายงานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2562 ที่ผ่านการพิจารณา ให้กรมการพัฒนาชุมชนทราบตามระยะเวลาที่กำหนด ประกาศผลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน เพื่อการจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2562 เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ตารางที่ 4.55 สรุปผลการจัดกลุ่ม OTOP Segmentation

ผลิตภัณฑ์	**กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์**	**รายละเอียดการส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาเฉพาะกลุ่ม**
1.เคยปลาทะเลน้อย 2.แม่พะยอมเลน้อย	กลุ่ม D : ปรับตัวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการผลิต	1. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน และรักษาคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน 2. พัฒนากระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบและเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน 3. ลดความสูญเสียจากการผลิต โดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม 4. ส่งเสริมให้มีการจับคู่ระหว่างผู้รับจ้างผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า 5. ส่งเสริมการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์	รายละเอียดการส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาเฉพาะกลุ่ม
1.ขนมคุ้กกี้ข้าวสังข์หยด 2.แป้งข้าวสังข์หยด 3.ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำอินทรีย์ ปลาหยองเพื่อสุขภาพ	กลุ่ม C : พัฒนาเข้าสู่ตลาดแข่งขัน	1.ส่งเสริมการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับประเทศ รวมถึงการเจรจาจับคู่ธุรกิจ 2.ส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านห้างค้าปลีกสมัยใหม่อาทิห้างสรรพสินค้า Modern Trades, seven-eleven ซึ่งมีสาขากระจายทั่วประเทศ 3.เชื่อมโยงบริการของภาครัฐเพื่อขยายช่องทางการจำหน่าย อาทิสถานที่ เว็บไซต์ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของรัฐ บริการรับสั่งและขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย 4.ส่งเสริมการทำวิจัยตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายเพื่อการพัฒนา สินค้า 5. ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่ายในรูปแบบเครือข่าย ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก อาทิเครือข่ายชุมชนเพื่อการผลิตสินค้า 1 ชนิด เครือข่ายชุมชนเพื่อการผลิตสินค้าหลายชนิด เครือข่ายชุมชนเพื่อการผลิตแบบห่วงโซ่อุปทาน เครือข่ายวัตถุดิบ เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชน

การดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผ่านยกระดับ เพื่อนำมาเชื่อมกับการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย 1) ชุมชนบ้านช่องฟืน และชุมชนเกาะหมาก ต.เกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยมีตลาดเป็นนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และกลุ่มศึกษาดูงาน 2) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว ต.พนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยมีตลาดเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องเรียนรู้วิถีนาข้าวสังข์หยด และกลุ่มศึกษาดูงาน 3) กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย ต.พนางตุง จังหวัดพัทลุง โดยมีตลาดเป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวทั่วไป จากการประชุมระดมความจากชุมชนต่าง ๆ ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนโดยกลยุทธ์ที่เป็นธงนำ 3 เรื่อง คือ เรื่องการเกษตรโดยเฉพาะกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว ต.พนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ให้ความเห็นว่าแม้ว่านวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปได้ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาในรอบที่ผ่าน แต่อย่างไรก็ตามชุมชนเห็นว่าต้นทุนหลักที่สำคัญการทำนา ข้าวสังข์หยดอินทรีย์ที่คงมีบทบาทสำคัญเทียบเท่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และประเด็นนี้สอดคล้องกับกลุ่มแพบ้านบ้านช่องฟืน และกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย ซึ่งทั้งสองกลุ่มจำเป็นต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากทะเลสาบสงขลาตอนกลางและทะเลน้อยโดยฐานอาชีพเดิมคือการทำประมงพื้นบ้านหรือประมงชายฝั่งเรื่องนี้ก็ไม่ควรถูกทอดทิ้งและควรให้ความสำคัญและมีความต้องการให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้มีส่วนเข้ามาอนุรักษ์ฐานทรัพยากรทางการประมงของชุมชนด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 4.14 ความเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการท่องเที่ยวชุมชน

ดังนั้นความเชื่อมโยงของผลิตภัณฑ์ชุมชนแต่ชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเชื่อมกับการท่องเที่ยวชุมชน เน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับที่พัก โดยจัดกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้หน่วยดำเนินงานของชุมชนได้ ขับเคลื่อนกิจกรรมบูรณาการกับฐานการเกษตร/ประมง การแปรรูปสินค้า เชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวชุมชน โดยกระบวนการหลัก ชุมชนต้องการธำรงรักษาฐานทรัพยากรเพื่อให้การเข้าถึงปัจจัยการผลิตและสามารถใช้ประโยชน์ฐานทรัพยากรข้าวและสัตว์น้ำในทะเลสาบสงขลาได้จากต่อเนื่องตลอดไป และกระบวนการที่สำคัญต่อมาชุมชนมีความต้องการบริหารจัดการทั้ง 3 องคาพยพข้างต้นอย่างเป็นระบบ โดยต้องการสร้างองค์ความรู้จากทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน และเรื่องปลายน้ำเกี่ยวข้องกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวชุมชน ต้องการพัฒนาระบบการตลาดและการสื่อสารสร้างรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ผลการประชุมระดมความคิด คาดว่ากลยุทธ์หลักและกระบวนการเหล่านี้จะทำให้ชุมชนเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนได้ในระยาว โดยจะไม่ทอดทิ้งเรื่องใดเรื่องหนึ่งและกระบวนเหล่านี้ต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ด้านการสร้างอาชีพและรายได้ต่อประชาชนและชุมชนอย่างแท้จริง

นอกจากที่ประชุมจากระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม แต่ชุมชนมีความพร้อมแตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามหากชุมชนมีความพร้อมมากก็ไม่ควรรอช้าให้ดำเนินการการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชน ควรดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

การเตรียมความพร้อม

1) เตรียมความพร้อมด้านการเป็นผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยว

2) เตรียมความพร้อมด้านพัฒนาและบริหารจัดการข้อมูลชุมชนท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกความสะดวก

1) พัฒนาศักยภาพด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

2) ส่งเสริม/พัฒนาเสน่ห์ ประเพณี วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชุมชน

การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

1) พัฒนาผู้ประกอบการชุมชน

2) พัฒนาสินค้าและบริการชุมชนท่องเที่ยว

3) ออกแบบตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนท่องเที่ยว

การพัฒนาการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น

1) ออกแบบและเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเป้าหมาย

2) เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองและเมืองหลัก

ส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว

1) ประชาสัมพันธ์ Online/Offline

2) เปิดตัวชุมชนท่องเที่ยว

3) จับคู่ธุรกิจ (Business Matching)

4) จัดกิจกรรมแสดงจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชนท่องเที่ยว

การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คณะผู้วิจัยได้ดำเนินกิจกรรม ผ่านศึกษาดูงาน การเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายระดับจังหวัด และติดประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การสร้างทางเลือกเพื่อเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความหลากหลาย เช่น การเข้าร่วมเครือข่ายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพัทลุง การติดประสานงานบริษัทที่สนใจนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปจำหน่าย และต่อมาคณะผู้วิจัยได้จัดประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) สามารถสรุปจุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อให้ข้อมูลแก่ชุมชนในการสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths: S)

1. มีทรัพยากรในท้องถิ่นที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลายเป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว
2. มีวัฒนธรรม ประเพณี อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่น่าสนใจ
3. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น แหล่งสินค้า OTOPฯลฯ
4. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก
5. ราคา (ค่าใช้จ่าย) ไม่แพง
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย
7. นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้ทุกฤดูกาล
8. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
9. คนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความเป็นมิตร
10. มีการรวมกลุ่มของคนภายในชุมชนที่มีลักษณะสังคมร่วมคิด ร่วมทำ เอื้อต่อ การพัฒนาในระดับชุมชนและท้องถิ่น

จุดอ่อน (Weaknesses: W)

1. บุคลากรขาดทักษะด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การตลาด การสื่อสาร ด้วยภาษาต่างประเทศ และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. ชุมชนยังไม่สามารถนำเสนอความแตกต่างหรือความโดดเด่นที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
3. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวยังไม่มีคุณภาพมาตรฐานเท่าที่ควร เช่น ที่พักไม่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น
4. ช่องทางการจำหน่ายยังไม่หลากหลาย

5. ขาดการทำกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายรวมถึงการนำเสนอแพ็คเก็จทัวร์ที่หลากหลาย
6. แรงงานการผลิตยังไม่เพียงพอ
7. เงินทุนในการพัฒนาไม่เพียงพอ
8. ยังไม่มีระบบบริหารทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โอกาส (Opportunities: O)

1. รัฐบาลมีนโยบายและแผนส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน
2. มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน จังหวัด สถาบันการศึกษา สมาคมท่องเที่ยว และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้การสนับสนุน
3. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มโตขึ้น
4. แนวโน้มการท่องเที่ยวชุมชนได้รับความนิยมมากขึ้น
5. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเอื้อต่อการบริหาร และการทำการตลาดโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Web site facebook เป็นต้น
6. การเติบโตของสายการบินราคาประหยัดหรือสายการบินต้นทุนต่ำทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

อุปสรรคหรือภาวะคุกคาม (Threats: T)

1. มีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นใหม่จำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันสูง
2. การส่งเสริมด้านการตลาดจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดความต่อเนื่อง
3. การรวมตัวของเครือข่ายการตลาดยังไม่ต่อเนื่องและไม่เข้มแข็ง
4. ขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายท่องเที่ยวระดับชุมชน จังหวัด กลุ่มจังหวัด ประเทศ และต่างประเทศ
5. ขาดการบูรณาการการทำงานขององค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว
6. เงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่เพียงพอ
7.ราคาวัตถุดิบที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

หลังจากผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมการจัดการ เครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผู้วิจัยจะได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายนอก และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายในและจับคู่ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม โดยใช้ TOWS Matrix ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ทำให้ได้กลยุทธ์เพื่อประกอบการสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแบ่งออกได้ 4 ประเภท ดังนี้

1. **กลยุทธ์เชิงรุก (S-O Strategy)** ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งซึ่งเป็นปัจจัยภายในของชุมชนท่องเที่ยว และโอกาสซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกของชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวและเครือข่ายซึ่งเป็นกลยุทธ์การจัดการเครือข่ายการตลาดในเชิงรุกดังตารางที่ 4.56

ตารางที่ 4.56 การวิเคราะห์กลยุทธ์จากจุดแข็งและโอกาส (S-O Strategy)

จุดแข็ง (Strengths: S)	โอกาส (Opportunities: O)
1. มีทรัพยากรในท้องถิ่นที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลายเป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว 2. มีวัฒนธรรม ประเพณี อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่น่าสนใจ 3. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น แหล่งสินค้า OTOPฯลฯ 4. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก 5. ราคา(ค่าใช้จ่าย) ไม่แพง 6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย 7. นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้ทุกฤดูกาล 8. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 9. คนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความเป็นมิตร 10. มีการรวมกลุ่มของคนภายในชุมชนที่มีลักษณะสังคมร่วมคิด ร่วมทำ เอื้อต่อ การพัฒนาในระดับชุมชนและท้องถิ่น	1. รัฐบาลมีนโยบายและแผนส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน 2. มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน จังหวัด สถาบันการศึกษา สมาคมท่องเที่ยว และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้การสนับสนุน 3. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มโตขึ้น 4. แนวโน้มการท่องเที่ยวชุมชนได้รับความนิยมมากขึ้น 5. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเอื้อต่อการบริหาร และการทำการตลาดโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Web site facebook เป็นต้น 6. การเติบโตของสายการบินราคาประหยัดหรือสายการบินต้นทุนต่ำทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
กลยุทธ์เชิงรุก (S-O Strategy): 1. สร้างความโดดเด่นให้แหล่งท่องเที่ยว 2. เพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว 3. สนับสนุนงบประมาณเพื่อการบริหารจัดการในรูปแบบที่ชัดเจนมากขึ้น 4. พัฒนาระบบการตลาดแบบออนไลน์ 5. เพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย	

2.กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งซึ่งเป็นปัจจัยภายใน และอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกของชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อนำจุดแข็งมาป้องกัน หรือหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นแก่ชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และเครือข่ายซึ่งเป็นกลยุทธ์การจัดการเครือข่ายการตลาดในเชิงป้องกัน ดังตารางที่ 4.57

ตารางที่ 4.57 การวิเคราะห์กลยุทธ์จากจุดแข็งและอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม (S-T Strategy)

จุดแข็ง (Strengths: S)	อุปสรรคหรือภาวะคุกคาม (Threats: T)
1. มีทรัพยากรในท้องถิ่นที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลายเป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว 2. มีวัฒนธรรม ประเพณี อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่น่าสนใจ 3. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น แหล่งสินค้า OTOP ฯลฯ 4. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก 5. ราคา(ค่าใช้จ่าย) ไม่แพง 6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย 7. นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้ทุกฤดูกาล 8. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 9. คนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความเป็นมิตร 10. มีการรวมกลุ่มของคนภายในชุมชนที่มีลักษณะสังคมร่วมคิด ร่วมทำ เอื้อต่อ การพัฒนาในระดับชุมชนและท้องถิ่น	1. มีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นใหม่จำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันสูง 2. การส่งเสริมด้านการตลาดจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดความต่อเนื่อง 3. การรวมตัวของเครือข่ายการตลาดยังไม่ต่อเนื่องและไม่เข้มแข็ง 4. ขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายท่องเที่ยวระดับชุมชน จังหวัด กลุ่มจังหวัด ประเทศ และต่างประเทศ 5. ขาดการบูรณาการการทำงานขององค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว 6. เงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่เพียงพอ 7.ราคาวัตถุดิบที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S-T Strategy): 1. บูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน 2. สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว 3. สร้างเครือข่ายท่องเที่ยวระดับชุมชน จังหวัด ประเทศ และต่างประเทศ 4. สร้างความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลง	

3.กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W-O Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนซึ่งเป็นปัจจัยภายใน และโอกาสซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกของชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การจัดการ เครือข่ายการตลาดในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนท่องเที่ยวมีโอกาสนำแนวคิด หรือวิธีการใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่ชุมชนท่องเที่ยวมีอยู่ ดังตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 การวิเคราะห์กลยุทธ์จากจุดอ่อนและโอกาส (W-O Strategy)

จุดอ่อน (Weaknesses: W)	โอกาส (Opportunities: O)
1. บุคลากรขาดทักษะด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การตลาด การสื่อสาร ด้วยภาษาต่างประเทศ และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 2. ชุมชนยังไม่สามารถนำเสนอความแตกต่างหรือความโดดเด่นที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวยังไม่มีคุณภาพมาตรฐานเท่าที่ควร เช่น ที่พักไม่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น 4. ช่องทางการจำหน่ายยังไม่หลากหลาย 5. ขาดการทำกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายรวมถึงการนำเสนอแพ็คเก็จทัวร์ที่หลากหลาย 6. แรงงานการผลิตยังไม่เพียงพอ 7. เงินทุนในการพัฒนาไม่เพียงพอ 8. ยังไม่มีระบบบริหารทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	1. รัฐบาลมีนโยบายและแผนส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน 2. มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน จังหวัด สถาบันการศึกษา สมาคมท่องเที่ยว และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้การสนับสนุน 3. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้ม โตขึ้น 4. แนวโน้มการท่องเที่ยวชุมชนได้รับความนิยมมากขึ้น 5. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเอื้อต่อการบริหาร และการทำการตลาดโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Web site facebook เป็นต้น 6. การเติบโตของสายการบินราคาประหยัดหรือสายการบินต้นทุนต่ำทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W-O Strategy): 1. ปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและบริการ 2. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและทักษะที่จำเป็น 3. สร้างระบบการตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก	

4.กลยุทธ์เชิงรับ (W-T Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัย ที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนซึ่งเป็นปัจจัยภายในและอุปสรรคซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกชุมชนท่องเที่ยว มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดกลยุทธ์การจัดการเครือข่ายการตลาดในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนท่องเที่ยวต้องเผชิญกับทั้งจุดอ่อน และอุปสรรคภายนอกที่ชุมชนท่องเที่ยวไม่สามารถควบคุมได้ ดังตารางที่ 4.59

ตารางที่ 4.59 การวิเคราะห์กลยุทธ์จากจุดอ่อนและอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม (W-T Strategy)

จุดอ่อน (Weaknesses: W)	อุปสรรคหรือภาวะคุกคาม (Threats: T)
1. บุคลากรขาดทักษะด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การตลาด การสื่อสาร ด้วยภาษาต่างประเทศ และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 2. ชุมชนยังไม่สามารถนำเสนอความแตกต่างหรือความโดดเด่นที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวยังไม่มีคุณภาพมาตรฐานเท่าที่ควร เช่น ที่พักไม่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น 4. ช่องทางการจำหน่ายยังไม่หลากหลาย 5. ขาดการทำกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายรวมถึงการนำเสนอแพ็คเก็จทัวร์ที่หลากหลาย 6. แรงงานการผลิตยังไม่เพียงพอ 7. เงินทุนในการพัฒนาไม่เพียงพอ 8. ยังไม่มีระบบบริหารทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	1. มีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นใหม่จำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันสูง 2. การส่งเสริมด้านการตลาดจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดความต่อเนื่อง 3. การรวมตัวของเครือข่ายการตลาดยังไม่ต่อเนื่องและไม่เข้มแข็ง 4. ขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายท่องเที่ยวระดับชุมชน จังหวัด กลุ่มจังหวัด ประเทศ และต่างประเทศ 5. ขาดการบูรณาการการทำงานขององค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว 6. เงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่เพียงพอ 7.ราคาวัตถุดิบที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
กลยุทธ์เชิงรับ (W-T Strategy): 1. การถ่ายทอดองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาของท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น 2. พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 3. บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมการจัดการเครือข่ายการตลาด ชุมชนท่องเที่ยว	

จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมความเห็น สรุปได้ว่าการจัดการเครือข่ายการตลาดชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรมีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างชุมชนท่องเที่ยวด้วยกันเอง และความร่วมมือกับเครือข่ายภาครัฐภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการเครือข่ายการตลาดชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2560 – 2564 ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัว ได้แก่ การยกระดับรายได้ของประชาชนที่อยู่ในระดับเศรษฐกิจฐานรากให้เพิ่มขึ้น ช่องทางการตลาดที่ต้องเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ พัฒนากระบวนการผลิตให้ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ การตลาด ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น ส่วนสถานการณ์การท่องเที่ยว ไทย พบว่า แนวโน้มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ส่วนการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า เครือข่ายการตลาดชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีจุดอ่อน คือการบริหารจัดการ ไม่เป็นมืออาชีพ การประชาสัมพันธ์และการตลาดยังดำเนินการไม่ต่อเนื่อง ผู้ประกอบการ ขาดทักษะ

ในการจัดการการท่องเที่ยว ขาดการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ขาดความรู้เรื่องภาษาและเทคโนโลยีสารสนเทศ การประชาสัมพันธ์ไม่ครอบคลุมโดยเฉพาะการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว และขาดทุนหมุนเวียนในการดำเนินการ ส่วนความเห็นของนักวิชาการและผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการเครือข่ายการตลาด พบว่า ต้องพัฒนาส่วนประสมการตลาดในทุกด้านให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นตามแต่ลักษณะของแต่ละชุมชนโดยการมีส่วนร่วมเข้าไปช่วยเหลือของพันธมิตรทั้งภาครัฐภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงนำข้อมูลทั้งส่วนที่เป็นศักยภาพที่เข้มแข็งอยู่แล้วและส่วนที่เป็นจุดอ่อน หรือเป็นปัญหา ไปดำเนินการวิจัยและพัฒนาต่อไป ผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้ TOWS Matrix ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ทำให้ได้กลยุทธ์เพื่อประกอบการสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและแนวคิด/ทฤษฎี สามารถสรุปผลการสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้ดังนี้

ตารางที่ 4.60 องค์ประกอบและที่มาขององค์ประกอบรูปแบบ

ที่	องค์ประกอบ	ที่มาขององค์ประกอบ
1	D: Distinction (การสร้างความ โดดเด่นให้แหล่งท่องเที่ยว)	แนวคิด/ทฤษฎีการตลาด การวิเคราะห์เอกสาร และผลการวิจัย
2	I : Integrated Marketing Communication (การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ)	แนวคิด/ทฤษฎีการตลาด การวิเคราะห์เอกสาร และผลการวิจัย
3	D : Distribution Channels and Creation of Added Value for Comuuunity (ช่องทางการจัดจำหน่ายและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน)	แนวคิด/ทฤษฎีการตลาด การวิเคราะห์เอกสาร และผลการวิจัย
4	D: Distributed Leadership (การกระจายภาวะผู้นำ)	แนวคิด/ทฤษฎี การวิเคราะห์เอกสาร ผลการวิจัย
5	T: Tourism Network (เครือข่ายการท่องเที่ยว)	แนวคิด/ทฤษฎีการตลาด การวิเคราะห์เอกสาร และผลการวิจัย
6	O: Organizing (การจัดการชุมชนท่องเที่ยว)	แนวคิด/ทฤษฎีการตลาด การวิเคราะห์เอกสาร และผลการวิจัย
7	KM: Knowledge Management (การจัดการความรู้)	แนวคิด/ การวิเคราะห์เอกสาร การจัดเวทีแลกเปลี่ยนและผลการวิจัย
8	S: Sustainable Tourism (การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน)	แนวคิด/ การวิเคราะห์เอกสาร การจัดเวทีแลกเปลี่ยนและผลการวิจัย
9	M: Marketing Tool (เครื่องมือทางการตลาด)	แนวคิด/ทฤษฎีการตลาด การวิเคราะห์เอกสาร และผลการวิจัย

จากการสร้างองค์ประกอบรูปแบบเครือข่ายการตลาดชุมชนท่องเที่ยวนั้น ผู้วิจัยจะสร้างรูปแบบที่มีลักษณะเป็นแผนผัง (Schematic Model) และผสมผสานด้วยรูปแบบเชิงภาษา (Semantic Model) ที่อธิบายความหมายและให้ความหมายประกอบ โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและชุมชนที่

ดำเนินการการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา รวมทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของเครือข่ายการตลาดชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดอบรม การจัดสนทนากลุ่ม มีองค์ประกอบหลัก 9 ประการ ได้แก่ 1) D: Distinction (การสร้างความ โดดเด่นให้แหล่งท่องเที่ยว) 2) I : Integrated Marketing Communication (การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ) 3) D : Distribution Channels and Creation of Added Value for Comuuunity (ช่องทางการจัดจำหน่ายและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน) 4) D: Distributed Leadership (การกระจายภาวะผู้นำ) 5) T: Tourism Network (เครือข่ายการท่องเที่ยว) 6) O: Organizing (การจัดการชุมชนท่องเที่ยว) 7) KM: Knowledge Management (การจัดการความรู้) 8) S: Sustainable Tourism (การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) 9) M: Marketing Tool (เครื่องมือทางการตลาด)

4.3 แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

การศึกษาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้ได้สำรวจบริบทปัจจุบันห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจากกลุ่มผู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากกลุ่มที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝาก ระบบการขนส่ง และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่ตำบลเกาะหมากและตำบลพนางตุง จังหวัดพัทลุง การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว การสนทนากลุ่มเพื่อศึกษาช่องว่างความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว การอบรมมาตรฐานการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อขอรับรองคุณภาพ อย. และมาตรฐาน GMP การอบรมเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม การให้คำปรึกษากับชุมชนในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน และทดสอบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ผลจากการสังเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม มีดังนี้

ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน

การศึกษาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คณะผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนกลางและตอนบนเพื่อเป็นพื้นที่ในการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนด ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชน เกี่ยวข้องกับเส้นทาง กิจกรรม โปรแกรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของฝาก และบริการอื่น ๆ ทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยทำการศึกษา เก็บรวมข้อมูลชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) แพปลาชุมชน บ้านช่องฟืน 2) วิชชาลัยรวงข้าว 3) ชุมชนทะเลน้อย 4) กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 5) กลุ่มท่องเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 6) กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน 7) ท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

จากการลงพื้นที่เป้าหมายดังกล่าวพบว่า ชุมชนได้พัฒนาการท่องเที่ยวของตนเองมีความก้าวหน้าระดับหนึ่ง และหลายชุมชนมีความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว โดยมีการจัดการใน 3 ระดับ 1. การติดต่อประสานงานกับนักท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางมาเที่ยวในชุมชน 2. การจัดการและการกำหนดรูปแบบการบริการตามผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาอยู่ในชุมชน 3.การติดต่อประสานงานหลังจากนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเสร็จและเดินทางกลับไปยังภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

โดยระยะเวลาจากการดำเนินการตามกิจกรรมวิจัยที่ผ่านมาในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่ากระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างคณะผู้วิจัยกับชุมชนกลุ่มเป้าหมายได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนและร่วมกับภาคีเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ สามารถสรุปผลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามกิจกรรมวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 4.61 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน	**แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน**	**วิชชาลัยรวงข้าว**	**ชุมชนทะเลน้อย**	**กรวด หิน รักษ์ ดิน เล**	**เกาะเสือ**	**กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน**	**ท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก**
เส้นทางท่องเที่ยว	เส้นทางท่องเที่ยวทางเรือ	เส้นทางท่องเที่ยวแปลงนาข้าวและล่องเรือคลองปากประ	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	เส้นทางท่องเที่ยวทางเรือและทางบก	เส้นทางท่องเที่ยวทางเรือและทางบก	เส้นทางท่องเที่ยวทางเรือและทางบก	เส้นทางท่องเที่ยวทางเรือและทางบก
กิจกรรมท่องเที่ยว	กิจกรรมประมงอนุรักษ์และการแปรรูปอาหาร	ฐานกิจกรรมนา ข้าวสังข์หยดอินทรีย์ครบวงจร	กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการแปรรูปกระจูด	ตลาดนัดชุมชน นั่งรถหนำติดล้อไทรโอบรักษ์	ศึกษาดูงานโรงเรียนเกาะเสือ	กิจกรรมไข่ในหินและฐานการแปรรูปสินค้า	กิจกรรมประมงอนุรักษ์และนั่งเรือชมทะเลสาบ
โปรแกรมท่องเที่ยว	แบบวันเดียว	แบบวันเดียว	แบบวันเดียวและ แบบ 2 วัน 1 คืน	แบบวันเดียวและแบบ 2 วัน 1 คืน	แบบวันเดียว	แบบวันเดียว	แบบวันเดียวและแบบ 2 วัน 1 คืน
ผลิตภัณฑ์ของฝาก	ปลาผงโรยข้าว กุ้งแห้ง น้ำพริกกุ้งแก้ว	ข้าวสังข์หยด แป้งข้าว ขนมและสินค้าจากข้าวสังข์หยด	เคยปลา น้ำเคยปลา ผลิตภัณฑ์กระจูด	ข้าวเกรียบมาลอง กระต่ายจำลอง ขนมพื้นบ้าน	-	ไข่เค็มปลาดุกร้า มะม่วงดวงและสินค้าอื่น ๆ	ปลาเส้นปลาส้มและสินค้าอื่น ๆ
บริการอื่น ๆ ของชุมชน	อาหารกลางวันเรือนำเที่ยว	อาหารเรือนำเที่ยว	อาหาร ที่พักเรือนำเที่ยว	อาหาร ที่พักเรือนำเที่ยว	อาหาร ที่พัก เรือนำเที่ยว	อาหาร	อาหาร ที่พัก เรือนำเที่ยว

จากตารางแสดงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนข้างต้น พบว่า หลังจากกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมได้เข้าไปร่วมกับคนในชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้กับชุมชน ชุมชนมีความสามารถในการยกระดับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนได้เกือบครบทุกประเด็นทุกชุมชน ยกเว้นชุมชนเกาะเสือที่ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวกลุ่มของของฝาก ส่วนชุมชนอื่นๆได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วยเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว การยกระดับพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของฝากจากชุมชน รวมถึงบริการอื่นๆของชุมชนที่จะนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันออกไป และท้ายที่สุดชุมชนเหล่านี้นำผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวองค์รวมมาใช้สำหรับรองรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวในชุมชน

โดยคณะผู้วิจัยได้สรุปผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนจำแนกตามชุมชนต่าง ๆ ได้ดังนี้

กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน

กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีเป้าเป้าหมายเพื่อต้องการสร้างการเรียนรู้การทำประมงอนุรักษ์ของชุมชน โดยมีเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือ ชมแนวเขตอนุรักษ์ การทำประมงพื้นบ้าน การเรียนรู้การใช้เครื่องมือประมงชนิดต่างๆในการจับสัตว์น้ำ และนำสัตว์น้ำเหล่านั้นมาแปรรูปเป็นอาหารเพื่อรับประทาน นอกจากนี้ในกรณีที่สัตว์น้ำมีจำนวนมากก็สามารถนำมาแปรรูปเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ได้แก่กุ้งแก้ว 3 น้ำ ปลาผงโรยข้าว ปลาบุตรีสามรส และน้ำพริกกุ้งแก้ว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำอินทรีย์ ท้ายที่สุดนักท่องเที่ยวก็ได้ซื้อของฝากจากผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์เหล่านี้กับไปฝากญาติหรือผู้เกี่ยวข้องต่อไป

เส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน



ภาพที่ 4.15 เส้นทางท่องเที่ยวแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน

เส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน เส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ มีโดยใช้คือเรือประมงของชาวบ้าน นำนักท่องเที่ยวนั่งเรือเพื่อชมแนวเขตประมงอนุรักษ์ รวมถึงได้เรียนรู้การใช้เครื่องมือประมงพื้นบ้านและได้ท่องเที่ยวชมความงามตามธรรมชาติของทะเลสาบสงขลาตอนกลาง บริเวณหมู่เกาะสี่เกาะห้า และเกาะกระ จะไปขึ้นเรือที่อ่าวทางยางและกิจกรรมเรียนรู้ การทำประมงอนุรักษ์และให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การแปรรูปอาหารที่ใช้วัตถุดิบจากชุมชน ณ บริเวณอ่าวทางยาง และนอกจากนี้กลุ่มแพปลาช่องฟืนมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่เป็นเครือการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก สามารถประสานงานให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปยังชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น กลุ่มเกาะเสือ และเดินทางต่อไปยังชุมชนท่องเที่ยวเกาะหมาก ชุมชนท่องเที่ยวกลุ่มกรวด หินรักษ์ ดิน เล บ้านแหลมกรวด และกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน ที่เป็นเครือข่ายทางการท่องเที่ยวกับกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน

กิจกรรมท่องเที่ยว กลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนกิจกรรมประมงอนุรักษ์และการแปรรูปอาหาร กลุ่มชาวบ้านที่เป็นสมาชิกในพื้นที่บ้านช่องฟืน โดยมีเป้าหมายเพื่อการทำประมงมีความยั่งยืนต่อระบบนิเวศของทะเลสาบสงขลาตอนกลางและชายฝั่ง การทำประมงอย่างรับผิดชอบ รวมถึงเชื่อมโยงไปสู่การทำประมงแบบอินทรีย์ เพื่อให้การทำประมงของกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนไปสู่การรับตามมาตรฐานอินทรีย์ ที่มีการกำหนดหรือการระบุขอบข่ายการจับสัตว์



ภาพที่ 4.16กิจกรรมประมงอนุรักษ์



ภาพที่ 4.17 การแปรรูปอาหาร

โปรแกรมท่องเที่ยวกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน

ตารางที่ 4.62 โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน one day trip ของกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน

เวลา	รายละเอียด
7.30-8.30	คณะนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแพปลาบ้านช่องฟืน 8.30 น.
8.30-9.00	ต้อนรับ Welcome drink and breakfast
9.00-9.15	แนะนำกลุ่มประมงอนุรักษ์และกิจการแพปลาช่องฟืน
9.15-9.30	ชมการรับซื้อสัตว์น้ำ
9.30-9.35	แนะนำเตรียมตัวท่องเที่ยวและการเรื่องความปลอดทางน้ำ
9.35-9.40	ลงเรือหางยาว จำนวน 5-6 คนต่อลำเรือ
9.40-10.00	นั่งเรือชมแนวเขตอนุรักษ์สัตว์น้ำอินทรีย์
10.00-10.30	ชมและลงทะเลร่วมกิจกรรมการยกไซนั่งและการประมงตามฤดูกาล
10.30-10.40	ฟังการอธิบายความรู้เรื่องการจับสัตว์น้ำด้วยเครื่องมือประมงพื้นบ้าน
10.40-11.00	ชมและลงทะเลร่วมกิจกรรมการยกไซกุ้งหัวหมัน การทอดแห การวางเบ็ดราว และเครื่องมือประมงอื่น ๆ ตามฤดูกาล
11.00-11.30	กิจกรรมเดินชมเกาะกระ ชมความงามและสักการะสิ่งศักสิทธิ์
11.30-12.00	นั่งเรือชมความงดงามของทะเลสาบสงขลาตอนกลาง หมู่เกาะสี่เกาะห้า
12.00-13.30	รับประทานอาหารกลางวัน ร่วมกิจกรรมปิ้งย่าง กุ้ง ปลา
13.00-14.00	พักผ่อนตามอัธยาศัย
14.00-14.10	กิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าฐานการทำประมงอนุรักษ์และประมงอินทรีย์
14.10-15.40	กิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าฐานการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำอินทรีย์
15.40-16.00	การเลือกของฝากของระลึก
16.00	ส่งนักท่องเที่ยวกลับภูมิลำเนาอย่างสวัสดิภาพ

โปรแกรมการท่องเที่ยวเน้นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับต้นทุนเรื่องการทำประมงอนุรักษ์ โดยให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองร่วมกิจกรรม ใช้งานหรือกู้อุปกรณ์เครื่องมือประมงจริง ๆ ที่ชาวบ้านหรือสมาชิกกลุ่มแพปลาช่องฟืน นำวางเพื่อดักจับสัตว์น้ำ โดยให้นักท่องเที่ยวได้ลงไปทะเลสาบ เพื่อเรียนรู้ และทดลองจับปลา หรือ ยกเครื่องมือประมงจริง ๆ ที่ชาวประมงพื้นบ้านได้นำมาวางไว้ และรวมถึงกิจกรรมการแปรรูปอาหาร

ส่วนผลิตภัณฑ์ของฝากของกลุ่มแพปลาช่องฟืน ได้แก่ปลาผงโรยข้าว กุ้งแห้ง น้ำพริกกุ้งแก้ว



ปลาผงโรยข้าว



กุ้งแห้งและกุ้งแก้ว



น้ำพริกกุ้งแก้ว

ภาพที่ 4.18 ผลิตภัณฑ์ของฝากกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืน

สรุปผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของกลุ่มแพปลาช่องฟืน ชุมชนมีความตั้งใจที่จะใช้การท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือแนะนำชุมชนให้สังคมภายนอกรู้จัก เพื่อนำนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มศึกษาดูงานเข้ามาเรียนรู้เรื่องของการทำประมงอนุรักษ์รวมถึงการทำประมงด้วยระบบอินทรีย์ ที่ผ่านมาการท่องเที่ยวของชุมชนได้กำหนดให้มีการท่องเที่ยวในแต่ละปีไม่เกิน 3 ถึง 5 ครั้งต่อปีเท่านั้น โดยชุมชนต้องการใช้เวลาเน้นไปที่เรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าในกลุ่มของฝากในชุมชนและการทำประมงอนุรักษ์เป็นหลัก ส่วนการท่องเที่ยวของชุมชนเน้นเป็นแหล่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อการศึกษาดูงานในเรื่องของการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาตอนกลาง

กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว

กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว เป็นชุมชนชาวนาที่มีความประสงค์ใช้การท่องเที่ยวของชุมชนเป็นทางเลือกสำหรับอาชีพเสริมให้กับสมาชิกในชุมชนนอกเหนือจากอาชีพหลักคือการทำนาโดยชาวบ้านและสมาชิกของกลุ่มได้ร่วมกับคณะผู้วิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนโดยใช้ต้นทุนทางการเกษตรวิถีนารวมถึงฐานทรัพยากรธรรมชาติในบริเวณชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยมีรายละเอียดดังนี้

เส้นทางท่องเที่ยวแปลงนาข้าวและล่องเรือคลองปากประ ของกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว



ภาพที่ 4.19 เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว

กิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวเน้น ฐานกิจกรรมนา ข้าวสังข์หยดอินทรีย์ครบวงจร นำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่นำฐานทรัพยากรทางการเกษตรการทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์ และภูมิปัญญา ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการทำนา การสาธิตการดำนา การนวด การฝัดข้าว และการตำข้าว กิจกรรมเหล่านี้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทุกขั้นตอน วิถีชีวิตและบริบทของชุมชนเป็นหลักแล้วค่อยนำเอาฐานทรัพยากรธรรมชาติที่ลำคลองปากประ และกิจกรรมการแปรรูปแป้งข้าวสังข์หยด รวมวิถีชีวิตของผู้คนมาเป็นจุดเสริม ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่สนใจวิถีชีวิตของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาสัมผัส

โปรแกรมการท่องเที่ยวกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวแบบ 1 วัน Oneday Trip

ตารางที่ 4.63 โปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 วัน (one day trip)

เวลา	**รายละเอียด**
11.00	คณะนักท่องเที่ยวเดินทางจุดเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุงมาถึงกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว
12.30	ต้อนรับ Welcome drink รับประทานมะพร้าวน้ำหอม และรับประทานอาหารเที่ยงกับทางกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวซึ่งเป็นเมนูอาหารพื้นบ้านที่ทางกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้จัดเตรียมไว้ให้ ปลาทอด ต้มข่าไก่ แกงส้ม ใบเหรียงผัดไข่ ปลาดุกร้าทอด ยำผักกูด หรือเมนูอื่น ๆ ตามที่ตกลงกัน
14.00	แนะนำกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวประวัติความเป็นมา การทำงานของกลุ่ม
14.30	นั่งรถไม้ ไปยังชมวิถีนาข้าวสังข์หยดพัทลุง การสาธิตการดำนา การนวด การฝัดข้าว และการตำข้าว กิจกรรมเหล่านี้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทุกขั้นตอน
15.30	ให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมการโม่แป้ง การแปรรูปแป้งข้าวสังข์หยดเป็นขนมนานาชนิด
15.50	แนะนำการเรื่องความปลอดทางน้ำและให้นักเที่ยวท่องเที่ยวใส่เสื้อชูชีพ
16.00	ลงเรือหางยาว จำนวน 5-6 คนต่อลำ ล่องเรือ ตามลำคลอง ร่วมทำกิจกรรมประมงพื้นบ้าน การยกยอยักษ์ การยกไซ
16.40	ร่วมกิจกรรมแปรรูปแป้งสาคู
17.00	สักการระพระพุทธรูปโบราณและชมวัดประดู่เรียง
18.00	ชมพระอาทิตย์ตกแสงสุดท้ายบริเวณท้องทุ่งชัยร้อง
18.30	ส่งนักท่องเที่ยวยังที่พัก เพื่อเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง

ผลิตภัณฑ์ของฝากของกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว ได้แก่ ข้าวสังข์หยด แป้งข้าว ขนม และสินค้าจากข้าวสังข์หยด



ภาพที่ 4.20 ผลิตภัณฑ์ของฝาก ข้าวสังข์หยด แป้งข้าว ขนม และสินค้าจากข้าวสังข์หยด

ชุมชนทะเลน้อย

ชุมชนทะเลน้อยตั้งอยู่ในพื้นที่ของตำบลพนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ชุมชนทะเลน้อยเป็นชุมชนโบราณแห่งหนึ่งของภาคใต้มีผู้คนอาศัยในชุมชนมาอย่างต่อเนื่องนับร้อยปี จุดเด่นของชุมชนมีอาคารบ้านเรือนยกพื้นสูง มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่แปลกตาออกไปจากชุมชนอื่นๆ ในพื้นที่ภาคใต้ ที่บริเวณชุมชนมีกลุ่มอาชีพหลากหลายเช่นกลุ่มแปรรูปเคยปลา กลุ่มแปรรูปจากผลิตภัณฑ์กระจูดและมีผู้คนที่มีอาชีพการทำประมงพื้นบ้าน ชาวบ้านในพื้นที่ทะเลน้อยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน โดยคนในชุมชนมีแนวคิดที่จะนำเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อเพื่อนำเสนอนักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ได้เข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนในทะเลน้อย ผนวกกับนำจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่พนางตุงและพื้นที่ทะเลน้อยเข้ามาผนวกรวมเข้าเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนทะเลน้อย

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนทะเลน้อย เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



ภาพที่ 4.25 แผนที่และเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนทะเลน้อย

กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนทะเลน้อยนำเสนอรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยทางวัฒนธรรมวิถีชีวิต ชมอาคารบ้านเรือนรูปแบบสถาปัตยกรรมเก่า การทำอาหารคาวหวานพื้นบ้าน วิถีคนเลี้ยงควาย วิถีประมงพื้นบ้านล่องเรือ แลนก ชมบัว ทะเลน้อย ชมดอกสาหร่ายข้าวเหนียว ยกยอยักษ์ ปลาบึก ชมแสงแรกที่ปากประ ชมวิวสะพานเฉลิมพระเกียรติ อุโบสถเก่าวัดทะเลน้อย ไหว้พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ และพระเกจิอาจารย์สายเขาอ้อ การต่อ

เรือ การทำเครื่องมือประมงพื้นบ้าน การแสดงทางวัฒนธรรม การนวดแผนไทย การแทงศาสตรา การแกะรูปหนังตะลุง การสาธิตการแปรรูปผลิตภัณฑ์พืชกระจูด การทิ่มกระจูด การกลิ้งกระจูด การรีดกระจูด การสานกระจูด การแปรรูปกระจูด ชมโนราโรงครู การร้อยลูกปัดมโนราห์ ทำชุดมโนราห์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ และล่องป่าพรุสวนพฤกษศาสตร์

โปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนทะเลน้อย

ตารางที่ 4.64 โปรแกรม ทะเลน้อย ข้าวสังข์หยดอินทรีย์ แบบ 1 วัน one day trip

เวลา	**รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว**
06.00	ล่องเรือชมวิวยกยักษ์ชมแสงแรกพระอาทิตย์ขึ้นที่ปากประ นำนักท่องเที่ยวล่องเรือชมวิถีประมงพื้นบ้านของชาวประมง ที่ทำการจับสัตว์น้ำในช่วงเช้าได้แก่การ ไซดักปลา ล่องเรือชมความงามของทะเลสาบ ระหว่างทางจะได้พบกับควายน้ำ นกน้ำนานาชนิด ดอกบัวบานสะพรั่ง
08.30	ขึ้นเรือที่ท่าเรือเพื่อ และรับประทานอาหารเช้าในชุมชน ขนมพื้นบ้านน้ำ ชากาแฟ ข้าวเหนียวไก่ทอดและขนมจีน
9.00	เดินชมวิถีชีวิตชุมชนทะเลน้อยและกลุ่มแปรรูปเคยปลาและผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับชุมชนโบราณ 400 ปี ในพื้นที่ของชุมชนจะมีวิถีชีวิตดั้งเดิม ร้านขายขนมจีน นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสและชมจุดผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคยปลา ปลาดุกร้า และที่สำคัญในพื้นที่ชุมชนทะเลน้อยชาวบ้านมีอาชีพการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกระจูด นักท่องเที่ยวจะได้เห็นกระบวนการการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกระจูดตั้งแต่เริ่มของการจัดเก็บมาจากทะเลสาบนำมาคลุกกับโคลนตากแดดที่มีจุดตำกระจูดให้แบน แล้วนำไปรีดกับเครื่องรีดแบบโบราณ ต่อมากระจูดมาสานเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเสื่อ หมวก ที่วางจานและกระเป๋าถือแบบต่าง ๆ หลากหลายแบบ
10.00	เดินทางไปสำนักตักไสยเวทเขาอ้อ เยี่ยมชมถ้ำ ชมอ่างแช่ว่านโบราณตามความเชื่อของวัดเขาอ้อว่าจะทำให้อยู่ยงคงกระพัน
11.00	เดินทางไปตามเส้นทางเชิงศรัทธาเพื่อสักการะพระเกจิอาจารย์สายวัดเขาอ้อในพื้นที่ใกล้เคียง พระอาจารย์นำ วัดดอนศาลา และวัดบ้านสวน
12.00	เดินทางมาถึงกลุ่มวิชาวิชชาลัยรวงข้าวทางกลุ่มให้การต้อนรับพร้อมกับแนะนำความเป็นมาของกลุ่มหลังจากนั้นร่วมรับประทานอาหารเที่ยงรับประทานอาหารเที่ยงซึ่งเป็นเมนูอาหารพื้นบ้านที่ทางกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้จัดเตรียมไว้ให้
13.30	นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดสาธิตการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแป้งข้าวสังข์หยดให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ พิซซ่า ขนมปัง ขนมคุกกี้สิงคโปร์ ข้าวพอง นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมการแปรรูปแป้งและร่วมทำขนมกับกลุ่มของชาวบ้าน
14.30	ยามบ่ายนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิธีการทำนาข้าวสังข์หยดด้วยระบบอินทรีย์กับกลุ่มชาวนาที่อยู่ในกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว นักท่องเที่ยวจะได้เห็นแปลงนามากกว่า 1,200 ไร่ที่เขียวขจีหรือสีเหลืองทองในช่วงที่ข้าวใกล้สุกในหน้าแล้ง ทางกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้เตรียมพื้นที่นาไว้จำนวน 2

เวลา	รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว
	ไร่ เพื่อให้เป็นฐานเป็นฐานกิจกรรมการเรียนรู้การทำนาข้าวสังข์หยด นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับการทำนาตั้งแต่เรื่องของการเตรียมต้นกล้า การนำต้นกล้ามาดำ การไถนา หลังจากนั้นพื้นที่บางส่วนก็มีข้าวที่สุกนักท่องเที่ยวสามารถเก็บเกี่ยวข้าวได้จากภูมิปัญญาชาวบ้านหรือที่เรียกว่าแกะ ต่อมาก็จะนำนักท่องเที่ยวขึ้นมาดูพันธุ์ข้าวพื้นเมืองโดยเฉพาะพันธุ์ข้าวสังข์หยดซึ่งเป็นกรรมพันธุ์ข้าว GI ของจังหวัดพัทลุง หลังจากนั้นนักท่องเที่ยวก็จะได้เริ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปข้าวเริ่มต้นด้วยการนวดข้าวด้วยวิธีโบราณโดยการใช้เท้า หลังจากที่ได้เป็นข้าวเปลือกแล้ว ก็จะนำไปตำข้าว เพื่อให้ได้เป็นข้าวสารหลังจากได้ข้าวสาร การฝัดข้าวเพื่อคัดแยกสิ่งที่ไม่ต้องการจำพวกเปลือกของข้าวและสิ่งแปลกปลอมต่าง ๆ ก็จะได้ข้าวสารพร้อมที่จะนำไปรับประทานหรือนำไปแปรรูปเป็นแป้งต่อไป
16.00	นักท่องเที่ยวขึ้นรถไม้โบราณอายุมากกว่า 40 ปี ขับไปตามเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนไปยังท่าเรือเพื่อนำนักท่องเที่ยวลงเรือไปสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านริมคลองปากประซึ่งจะได้เห็นวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำประมงพื้นบ้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำยกยักษ์ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก 2 ฝั่งริมคลองปากประ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้สร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน ได้แก่การยกไซ การยกตัวอย่างการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ต้องจำเป็นจะต้องใช้ระบบชลประทานในการสูบน้ำเข้าไปในท้องนา ต่อมานำนักท่องเที่ยวขึ้นฝั่ง เพื่อร่วมกิจกรรมการแปรรูปแป้งสาคู นักท่องเที่ยวจะได้เห็นและสัมผัสกับต้นสาคู โดยชาวบ้านได้ตัดมาเป็นท่อนแล้วก็นำมาแปรรูปโดยใช้รถไถเป็นเครื่องจักรนำเอาแป้งจาก ออกมาหลังจากนั้นก็เข้าสู่กระบวนการการแช่น้ำแล้วคัดกรองเนื้อแป้งออกมาแล้วนำเนื้อแป้งออกมาทำเป็นขนมต่าง ๆ นักท่องเที่ยวก็จะได้ร่วมทำขนมสาคูและร่วมรับประทานกับกลุ่มของชาวบ้านที่ได้จัดเตรียมวัตถุดิบและเครื่องครัวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้ทดลองทำขนมสาคูกวน
17.30	หลังจากนั้นจะนำนักท่องเที่ยวไปไหว้พระและชมวัดประดู่เรียงซึ่งจะมีความเชื่อมโยงกับประวัติความเป็นมาของทุ่งชัยร้องเนื่องจากท่านชัยชนะเป็นเจ้าอาวาสวัดประดู่เรียงในสมัยกรุงศรีอยุธยาบริเวณพื้นที่ตรงทุ่งชัยร้องนี้เคยเป็นที่รวมพลของชาวพัทลุงที่จะไปสู้รบกับข้าศึกชาวพม่าที่อำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อมาทหารจากจังหวัดพัทลุงก็ได้รับชัยชนะและกลับมารวมพลกันอีกครั้งหนึ่งบริเวณทุ่งนาแห่งนี้แล้วก็ได้ส่งเสียงโห่ร้องถึงชัยชนะจึงกลายมาเป็นที่มาของทุ่งชัยร้องในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.65 โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน ของชุมชนทะเลน้อย

เวลา	**รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว**
09.00	นักท่องเที่ยวเดินทางมาจากสนามบินหาดใหญ่หรือสนามบินตรัง
10.45	นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงเขตห้ามล่าทะเลน้อย เที่ยวชมในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย
12.00	เดินทางไปรับประทานอาหารกลางวันที่ร้านอาหารวิวยอศรีปากประชมยกยักษ์ระหว่างรับประทานอาหาร
13.00	เดินทางไปยังตลาดสวนไผ่ขวัญใจ หรือตลาดใต้โหนด
14.30	แหล่งท่องเที่ยว นาโปแก พักดื่มชา กาแฟยามบ่าย
15.00	เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระจูด ณ กลุ่มวิสาหกิจกระจูดวรรณี
17.30	รับประทานอาหารเย็นที่ร้านบางชามด้วยเมนูอาหารพื้นเมืองของประชาชน
18.00	เข้าพักที่โรงแรมศรีปากประ หรือที่พักกลุ่มวิสาหกิจกระจูดวรรณี
วันที่ 2	
06.00	ล่องเรือชมวิวยกยักษ์ชมแสงแรกพระอาทิตย์ขึ้นที่ปากประ นำนักท่องเที่ยวล่องเรือชมวิถีประมงพื้นบ้านของชาวประมง ที่ทำการจับสัตว์น้ำในช่วงเช้าได้แก่การ ไซดักปลา ล่องเรือชมความงามของทะเลสาบ ระหว่างทางจะได้พบกับควายน้ำ นกน้ำนานาชนิด ดอกบัวบานสะพรั่ง
08.30	ขึ้นเรือที่ท่าเรือต่อเดินไปรับประทานอาหารเช้าในชุมชน ขนมพื้นบ้านน้ำชากาแฟข้าวเหนียวไก่ทอดและขนมจีน
09.30	เพื่อเดินชมวิถีชีวิตชุมชนทะเลน้อยและกลุ่มแปรรูปเคยปลาและผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับชุมชนโบราณ 400 ปี ในพื้นที่ของชุมชนจะมีวิถีชีวิตดั้งเดิม ร้านขายขนมจีน นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสและชมจุดผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคยปลา ปลาดุกร้า และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกระจูด นักท่องเที่ยวจะได้เห็นกระบวนการการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกระจูดตั้งแต่เริ่มของการจัดเก็บมาจากทะเลสาบนำมาคลุกกับโคลนตากแดดที่มีจุดให้แบนนำไปรีดแล้วมานำมาสานเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเสื่อ หมวก ที่วางจานและกระเป๋าถือแบบต่าง ๆ หลากหลาย
12.00	รับประทานอาหารเที่ยง ณ ชุมชนทะเลน้อยมีเมนูเด็ดเป็นอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ แกงน้ำเคยปลา ปลาดุกร้าทอด แกงน้ำเคยปลาปลาดุร้า ส้มปลาเนื้ออ่อนและยำไหลบัว และอาหารพื้นบ้านอื่น ๆ
13.30	เดินทางมาถึงกลุ่มวิชาวิชชาลัยรวงข้าวทางกลุ่มให้การต้อนรับพร้อมกับแนะนำความเป็นมาของกลุ่มหลังจากนั้นร่วมรับประทานอาหารเที่ยงรับประทานอาหารเที่ยงซึ่งเป็นเมนูอาหารพื้นบ้านที่ทางกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้จัดเตรียมไว้ให้
14.30	ยามบ่ายนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิธีการทำนาข้าวสังข์หยดด้วยระบบอินทรีย์กับกลุ่มชาวนาที่อยู่ในกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว นักท่องเที่ยวจะได้เห็นแปลงนามากกว่า 1,200 ไร่ที่เขียวขจีหรือสีเหลืองทองในช่วงที่ข้าวใกล้สุกในหน้าแล้ง ทางกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้เตรียมพื้นที่นาไว้จำนวน 2 ไร่ เพื่อให้เป็นฐานเป็นฐานกิจกรรมการเรียนรู้การทำนาข้าวสังข์หยด นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับการทำนาตั้งแต่เรื่องของการเตรียมต้นกล้า การนำต้นกล้ามาดำ การไถนาหลังจากนั้นพื้นที่บางส่วนก็มีข้าวที่สุขนักท่องเที่ยวสามารถเก็บเกี่ยวข้าวได้จากภูมิปัญญาชาวบ้านหรือที่เรียกว่าแกะ ต่อมาก็จะนำ

เวลา	รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว
	นักท่องเที่ยวขึ้นมาดูพันธุ์ข้าวพื้นเมืองโดยเฉพาะพันธุ์ข้าวสังข์หยดซึ่งเป็นกรรมพันธุ์ข้าว GI ของจังหวัดพัทลุง หลังจากนั้นนักท่องเที่ยวก็จะได้เริ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปข้าวเริ่มต้นด้วยการนวดข้าวด้วยวิธีโบราณโดยการใช้เท้า หลังจากที่ได้เป็นข้าวเปลือกแล้ว ก็จะนำไปตำข้าว เพื่อให้ได้เป็นข้าวสารหลังจากได้ข้าวสาร ก็นำมาฝัดข้าวเพื่อคัดแยกสิ่งที่ไม่ต้องการจำพวกเปลือกของข้าวและสิ่งแปลกปลอมต่าง ๆ ก็จะได้ข้าวสารพร้อมที่จะนำไปรับประทานหรือนำไปแปรรูปเป็นแป้งต่อไป
16.00	นักท่องเที่ยวขึ้นรถไม้โบราณอายุมากกว่า 40 ปี ขับไปตามเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนไปยังท่าเรือเพื่อนำนักท่องเที่ยวลงเรือไปสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านริมคลองปากประ ซึ่งจะได้เห็นวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำประมงพื้นบ้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำยกยักษ์ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก 2 ฝั่งริมคลองปากประ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้สร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน ได้แก่ การยกไซ การเรียนรู้การใช้ระบบชลประทานในการสูบน้ำเข้าไปในท้องนา ต่อมานำนักท่องเที่ยวขึ้นฝั่ง เพื่อร่วมกิจกรรมการแปรรูปแป้งสาคู นักท่องเที่ยวจะได้เห็นและสัมผัสกับต้นสาคู โดยชาวบ้านได้ตัดมาเป็นท่อนแล้วก็นำมาแปรรูปโดยใช้รถไถเป็นเครื่องจักรนำเอาแป้งจาก ออกมาหลังจากนั้นก็เข้าสู่กระบวนการการแช่น้ำแล้วคัดกรองเนื้อแป้งออกมาแล้วนำเนื้อแป้งออกมาทำเป็นขนมต่าง ๆ นักท่องเที่ยวก็จะได้ร่วมทำขนมสาคูและร่วมรับประทานกับกลุ่มของชาวบ้านที่ได้จัดเตรียมวัตถุดิบและเครื่องครัวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้ทำ
17.30	หลังจากนั้นจะนำนักท่องเที่ยวไปไหว้พระและชมวัดประดู่เรียงซึ่งจะมีความเชื่อมโยงกับประวัติความเป็นมาของทุ่งชัยร้องเนื่องจากท่านชัยชนะเป็นเจ้าอาวาสวัดประดู่เรียงในสมัยกรุงศรีอยุธยาบริเวณพื้นที่ ณ ทุ่งชัยร้องนี้เคยเป็นที่รวมพลของชาวพัทลุงที่จะไปสู้รบกับข้าศึกชาวพม่าที่อำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อมาทหารจากจังหวัดพัทลุงก็ได้รับชัยชนะและกลับมารวมพลกันอีกครั้งหนึ่งบริเวณทุ่งนาแห่งนี้แล้วก็ได้ส่งเสียงโห่ร้องถึงชัยชนะจึงกลายมาเป็นที่มาของทุ่งชัยร้องในปัจจุบัน
18.00	นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับแสงสุดท้าย พระอาทิตย์อัสดงบริเวณทุ่งชัยร้อง พื้นที่ตรงนี้จะมีความสวยงามมากเนื่องจากว่าท้องทุ่งนาในช่วงที่ข้าวตั้งท้องจะเขียวขจีหรือในช่วงที่ข้าวตั้งท้องก็จะเป็นสีเหลืองอร่ามตัดกับขอบฟ้าโดยมีแสงอาทิตย์ใกล้จะตกให้แสงที่สวยงามมากเหมาะแก่การถ่ายรูปไว้เป็นที่ระลึก
19.00	รับประทานอาหารที่ร้านอาหารสามกั๊ก บริเวณริมทะเลสาบสงขลา หลังจากนั้นนักท่องเที่ยวก็จะเข้าที่พักเพื่อพักผ่อนตามอัธยาศัย

ผลิตภัณฑ์ของฝากชุมชนทะเลน้อย เคยปลา น้ำเคยปลา ผลิตภัณฑ์กระจูด



ภาพที่ 4.26 ผลิตภัณฑ์ของฝากชุมชนทะเลน้อย

สรุปผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนทะเลน้อย คนในชุมชน ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเน้นการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตของผู้คน การแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจหรือการแปรรูปของชาวบ้านทั่วไปที่เห็นได้อยู่ในชุมชน รวมถึงการใช้ฐานทรัพยากรทางธรรมชาติที่อยู่ในบริเวณทะเลน้อยมาพัฒนาเป็นเส้นทางเดินท่องเที่ยวในชุมชน การล่องเรือโดยใช้กลุ่มเรือของชาวบ้านเพื่อเข้าถึงฐานทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ได้เข้ามาสัมผัสเชิงลึกกับชาวบ้านและได้ชื่นชมความงามของทรัพยากรทางธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาตอนบนบริเวณทะเลน้อยต่อไป

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ มีผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยใช้กิจกรรมงานท่องเที่ยว ให้บริการการศึกษาดูงานการจัดการโรงเรียนบ้านเกาะเสือ มีจุดเด่นในเรื่องการให้บริการการศึกษาดูงานการจัดการ บริหารโรงเรียนบ้านเกาะเสือ เป็นโรงเรียนระดับประถมศึกษา ที่มีท่านผู้อำนวยการโรงเรียน ท่านได้นำแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง และแนวคิดการจัดการโรงเรียนสมัยใหม่ เข้ามาบริหารกิจการของโรงเรียนบ้านเกาะเสือในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาทำให้โรงเรียนบ้านเกาะเสือมีพัฒนาการที่ดีโดดเด่นในระดับประเทศส่งผลให้ได้รับรางวัลต่างๆมากมาย ไม่ว่าจะเป็นรางวัลการบริหารการจัดการ รางวัลที่เกี่ยวข้องกับผลงานของนักเรียน การบริหารงานของท่านผู้อำนวยการและคณะครูอาจารย์ของโรงเรียนบ้านเกาะเสือส่งผลให้โรงเรียนบ้านเกาะเสือเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางมาศึกษาดูงานของคณะครูอาจารย์จากทั่วประเทศ ซึ่งเป็นโรงเรียนได้รับรางวัลพระราชทานโรงเรียนดีเด่นระดับประเทศหลายรางวัล และนอกจากนี้ปัจจุบันได้ให้บริการเที่ยวชมเกาะบริเวณทะเลสาบสงขลา

เส้นทางท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ



ภาพที่ 4.27 เส้นทางท่องเที่ยวเกาะเสือ

กิจกรรมท่องเที่ยว เน้นกิจกรรมกิจกรรมงานท่องเที่ยว ให้บริการการศึกษาดูงานการจัดการโรงเรียนบ้านเกาะเสือ มีโรงเรียนบ้านเกาะเสือมีพัฒนาการที่ดีโดดเด่นในระดับประเทศส่งผลให้ได้รับรางวัลต่างๆมากมาย ไม่ว่าจะเป็นรางวัลการบริหารการจัดการ รางวัลที่เกี่ยวข้องกับผลงานของนักเรียน การบริหารงานของท่านผู้อำนวยการและคณะครูอาจารย์ของโรงเรียนบ้านเกาะเสือส่งผลให้โรงเรียนบ้านเกาะเสือเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางมาศึกษาดูงานของคณะครูอาจารย์จากทั่วประเทศ ซึ่งเป็นโรงเรียนได้รับรางวัลพระราชทานโรงเรียนดีเด่นระดับประเทศหลายรางวัล และปัจจุบันได้ให้บริการเที่ยวชมเกาะบริเวณทะเลสาบสงขลา และท่องเที่ยวรอบโรงเรียน และล่องเรือชมความงานทรัพยากรทางธรรมชาติบริเวณทะเลสาบตอนกลาง

โปรแกรมท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.66 โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน : เกาะเสือสคูลสเตย์

เวลา	รายละเอียด
8.00	นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงโรงเรียนบ้านเกาะเสือ พร้อมต้อนรับด้วยเครื่องดื่ม ของชุมชน
8.30	ชมบริเวณโรงเรียน และโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ของโรงเรียนบ้านเกาะเสือ
10.00	เดินขึ้นเขาเพื่อสักการะพระเจดีย์บนยอดเขา และระหว่างทางชมพันธุ์ไม้ และสวนพฤกษศาสตร์
10.00	ศึกษาดูงาน และรับฟังการบริหารจัดการโรงเรียนบ้านเกาะเสือที่ได้รางวัลระดับประเทศเช่นรางวัลพระราชทาน และรางวัลอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก
12.00	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00	ลงเรือที่หน้าเกาะเสือสคูลสเตย์
13.15	แวะสักการะพระพุทธบาทจำลองบนเกาะเสือน้อย
13.20	แวะเกาะแพ ฟังเรื่องเล่าตำนานความเป็นของเกาะเสือ เกาะแพ พร้อมชมบรรยากาศในเกาะต่าง ๆ
13.30	ล่องเรือผ่านคลองปากบางนาคราช ชมความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ต้นลำภู ต้นสมอ ชมนกนานาชนิด พร้อมรับฟังเรื่องเล่า
14.00	แวะหน่วยพิทักษ์อ่าวท่ายาง ดูแนวเขตอนุรักษ์ และถ่ายภาพความงดงามของพื้นที่
14.30	กิจกรรมทำไข่ในหิน หรือกิจกรรมจัดสวนถาด พร้อมผ่อนคลายด้วยสปาเท้าสมุนไพร
15.00	นั่งเรือต่อไปยังบ้านช่องฟืน ระหว่างทางชมการทำประมงอินทรีย์ กิจกรรมการยกไซปลามิหลังหรือเครื่องประมงอื่น ๆ ตามฤดูกาล และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงอินทรีย์ พร้อมเลือกซื้อสินค้าของฝาก
16.00	ล่องเรือไปสู่หมู่เกาะสี่ เกาะห้า ชมแหล่งรังนกนางแอ่น
16.30	ล่องเรือผ่านอ่าวบ้านเก่า ชมการทำเกษตรในชุมชน
17.00	ถึงเกาะเสือสคูลสเตย์ นำส่งนักท่องเที่ยวเดินทางกลับ

กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล กลุ่มน้องใหม่ที่ร่วมในกิจกรรมการวิจัย แล้วมีการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความก้าวหน้าเป็นอย่างดี ก่อให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมากเพิ่มอีก 1 กลุ่มและเป็นกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดำเนินการโดยกลุ่มของชาวบ้านอย่างแท้จริงปัจจุบันทางกลุ่มได้ประสบความสำเร็จในแง่ของการเปิดตลาดนัดชุมชนโดยชาวบ้านนำสินค้าในชุมชนมาขายก่อให้เกิดรายได้ และคิดพัฒนากิจกรรมนำเที่ยวโดยรถสามล้อพ่วงมาพัฒนาเป็นหนำติดล้อ นำนักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต และพัฒนาจุดท่องเที่ยวหลักคือต้นไทรโอบรัก ให้จุดเช็คอินที่สำคัญของชุมชนเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล



ภาพที่ 4.28 เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

กิจกรรมท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล มีกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำน้อ โดยกิจกรรมท่องเที่ยวบก ทางกลุ่มท่องเที่ยวได้พัฒนารถจักรยานยนตร์สามล้อพ่วงข้าง หรือ ชาวบ้านเรียกหนำติดล้อ ไปตามเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยว และ โดยมีจุดแวะพักที่สำคัญได้แก่การสักการะ ตาหลวง อินทร์ การชมนกน้ำ ควายน้ำหมูน้ำ ซึ่งเป็นพื้นที่ตามธรรมชาติ และนั่งรถนำติดล้อไปสู่เจดีย์องค์ใหญ่ ณ บริเวณวัดเกาะโคก ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ กลุ่มท่องเที่ยวมีเรือหางยาวของชาวบ้านคอยให้บริการนักท่องเที่ยวนั่งเรือเพื่อชมความงามและระบบนิเวศในบริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และในวันอาทิตย์จะมีตลาดนัดชุมชนนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีตลาดนัดย้อนยุคได้เลือกซื้อผักผลไม้และอาหารพื้นเมืองที่ชาวบ้านในชุมชนนำมาจำหน่าย

โปรแกรมท่องเที่ยว กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

ตารางที่ 4.67 โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน : กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

เวลา	รายละเอียด
8.00	นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงศูนย์ท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มกรวดหินรักษ์ ดิน เล ต้อนรับด้วยเครื่องดื่ม ณ ชาโต เดอ หัวหิน โฮทเตล
8.30	เดินเลือกชมตลาดชุมชน และร่วมกิจกรรมต้อนรับ ร่วมขับร้องเพลงลูกกรุง ลูกทุ่งร่วมกับนักดนตรีของชุมชน
9.00	นั่งหนำติดล้อ ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน สักการะ หลวงปู่อิน วัดแหลมกรวด ร่วมถ่ายภาพกับต้นไทรโอบรัก และเรื่องเล่ารุกขชาติของชุมชน
10.30	ชมความหลากหลากหลายทางชีวภาพบริเวณเกาะโคบ ชมนกน้ำ ควายน้ำ และสักการะเจดีย์วัดเกาะโคบ
11.00	ขึ้นเขานางฟ้าชมวิวรอบทะเลสาบ
12.00	รับประทานอาหารเที่ยวแบบปิ่นโตร้อยชั้น ณ ชาโต เดอ หัวหิน โฮทเตล
13.00	ลงเรือหางยาว เข้าถึงวิถีชาวเล
14.00	สักการะ อนุสาวรีย์รัชกาลที่ 5 ณ เกาะสี่เกาะห้า ชมถ้ำนกนางแอ่น ขุมทรัพย์เกาะหมากกลางทะเลสาบ
15.30	ชมเกาะกระ เดินทางเส้นทางรอบเกาะ ชมถ้ำกระจก สักการะหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด
16.00	กลับสู่ศูนย์ท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มกรวดหินรักษ์ ดิน เล ร่วมกิจกรรมภูมิปัญญาชาวบ้าน วาดรูป งานประดิษฐ์ฝีมือตนเอง และร่วมกิจกรรมแช่เท้าด้วยสมุนไพรและนวดคลายเส้น
17.00	นำส่งท่องเที่ยวเดินทางกลับหรือเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไป

ผลิตภัณฑ์ของฝาก ผลิตภัณฑ์กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล



ภาพที่ 4.29 ผลิตภัณฑ์กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล

สรุปผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของกลุ่มกรวด รักษ์ หิน ดิน เล ชุมชนได้พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการนำฐานทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนรวมถึงทรัพยากรทางธรรมชาติบริเวณทะเลสาบสงขลาตอนกลางที่อยู่ในชุมชนซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพสูงมากนำมาเป็นต้นทุนตั้งต้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชน โดยจุดเด่นของกลุ่มกรวด รักษ์ หิน ดิน เล ได้พัฒนารถจักรยานยนต์พ่วงข้างพัฒนามาเป็นหนอติดล้อ เพื่อใช้ในการขนส่งนักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในรอบระยะพื้นที่ 3 ตารางกิโลเมตรของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของผู้คนและรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่บนบก นอกจากนี้ชุมชนยังมีเรือนำเที่ยวของชุมชนที่คอยให้บริการนำเที่ยวเข้าถึงแหล่งความหลากหลายทางชีวภาพอย่างเช่นจุดชมนก น้ำชมควายน้ำ ของชุมชนที่ได้กำหนดขึ้นและชุมชนได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มของสินค้าของฝากของที่ระลึกที่มีความหลากหลายไว้คอยบริการให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อหากลับภูมิลำเนาของตนเอง

กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลเกาะหมากอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยส่วนใหญ่แล้วชาวบ้านมีอาชีพประมงพื้นบ้าน ต่อมาชาวบ้านสนใจที่จะนำทรัพยากรในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนมีการรวมกลุ่มของชาวบ้านพัฒนาเป็นสินค้าของฝากของที่ระลึก กลุ่มเขาชันมีชื่อเสียงมาก ในเรื่องการแปรรูปไข่เค็ม โดยตั้งชื่อว่า ไข่ในหิน นอกจากนี้ยังจุดเด่นของกลุ่มท่องเที่ยวเขาชัน เป็นกลุ่มท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญและเน้นเรื่องของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้นการท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเขาชัน จึงเป็นจุดแวะพักเชื่อมโยงกับชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่เกาะหมากที่จะนำนักท่องเที่ยวเข้ามาแวะพักเชื่อมโยงเพื่อเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน



ภาพที่ 4.30 เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเขาชัน

กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

กิจกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน ได้พัฒนาจากจุดแข็งหลักด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้นกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมศึกษาดูงานและเพื่อเชื่อมโยงกับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ ที่จะนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในบ้านเขาชัน ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยวที่จำเป็นจะต้องใช้ฐานทรัพยากรที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือประวัติศาสตร์ของชุมชนซึ่งมีความสำคัญมาก พื้นที่เขาชันเป็นจุดประพาสต้นของรัชกาลที่ 5 พระองค์ท่านเคยเสด็จมาเยี่ยมเยียนราษฎรและดูแลการทำรังนกนางแอ่นบริเวณหมู่เกาะสี่เกาะห้า นอกจากนี้ยังมีวิถีชีวิตการทำประมงพื้นบ้านซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทางไปดูเรื่องของการทำประมงพื้นบ้านโดยใช้อุปกรณ์ดั้งเดิมของชุมชน

โปรแกรมท่องเที่ยวกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

ตารางที่ 4.68 โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน : กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน

เวลา	รายละเอียด
8.00	นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงโรงเรียนบ้านเกาะเสือ พร้อมต้อนรับด้วยเครื่องดื่ม ของชุมชน
8.30	ชมบริเวณโรงเรียน และโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ของโรงเรียนบ้านเกาะเสือ
10.00	เดินขึ้นเขาเพื่อสักการะพระเจดีย์บนยอดเขา และระหว่างทางชมพันธุ์ไม้ และสวนพฤกษศาสตร์
10.00	ล่องเรือผ่านคลองปากบางนาคราช ชมความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ต้นลำภู ต้นสมอ ชมนกนานาชนิด พร้อมรับฟังเรื่องเล่า
12.00	พักรับประทานอาหารกลางวัน กลุ่มเขาชัน
13.00	เดินทางถึงกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน เพื่อร่วมกิจกรรมทำไข่ในหิน หรือกิจกรรมจัดสวนถาด พร้อมผ่อนคลายด้วยสปาเท้าสมุนไพร
13.15	กิจกรรมศึกษาดูงานการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน
15.00	ล่องแวะหน่วยพิทักษ์อ่าวท่ายาง ดูแนวเขตอนุรักษ์ และถ่ายภาพความงดงามของพื้นที่
15.00	นั่งเรือต่อไปยังบ้านช่องฟืน ระหว่างทางชมการทำประมงอินทรีย์ กิจกรรมการยกไซปลามิหลังหรือเครื่องประมงอื่น ๆ ตามฤดูกาล และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงอินทรีย์ พร้อมเลือกซื้อสินค้าของฝาก
17.00	นำส่งนักท่องเที่ยวเดินทางกลับ

ผลิตภัณฑ์ของฝากกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน



ภาพที่ 4.31 ผลิตภัณฑ์ของฝากกลุ่มเขาชัน

สรุปผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของกลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่ากลุ่มนี้มีความโดดเด่นเรื่องของการแปรรูปสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและสามารถแปรรูปได้จำนวนมาก ดังนั้นชุมชนเขาชันจึงได้มีความตกลงร่วมมือกับชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ อย่างกว้าง โดยกำหนดให้พื้นที่เขาชันเป็นจุดแวะพักในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมของพื้นที่เกาะหมาก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาร่วมกิจกรรมการแปรรูปหรือการเดินทางมาศึกษาดูงาน และจุดแวะเพื่อเลือกซื้อสินค้าของฝากทางการท่องเที่ยว

กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก

กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก บ้านแหลมกรวด ได้จัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชุมอย่างยั่งยืน ชื่อกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก หมู่ที่ 3 ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง ในช่วงแรกคณะผู้วิจัยร่วมกับชุมชน ได้เริ่มต้นศึกษาฐานทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แล้วนำมาพัฒนาเป็นเส้นทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว และปัจจุบันทำให้กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมากมีความพร้อมในเรื่องเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยคนในชุมชน และทรัพยากรบุคคลที่ผ่านการพัฒนามีความสามารถเพิ่มมากขึ้นสามารถให้บริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมากมีความสามารถสร้างรายได้กระจายไปสู่ชุมชนได้เป็นอย่างดี และทางกลุ่มได้ให้ความสำคัญกับระบบสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่เกาะหมากเป็นอย่างมาก จุดเด่นของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก มีระบบการให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีที่พักสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวอยู่ในรูปของโฮมสเตย์ มีการดำเนินการโดยคัดเลือกบ้านของชาวบ้านที่มีความพร้อมมาคอยให้บริการนักท่องเที่ยว เรื่องนี้เป็นจุดที่ควรนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาเรื่องโฮมสเตย์และที่พักของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมากต่อไป ส่วนประเด็นเรื่องของอาหารที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มนี้มีความพร้อมพอสมควร มีชาวบ้านที่มีฝีมือในการทำอาหาร สามารถให้บริการจัดทำอาหารเลี้ยงนักท่องเที่ยวได้ทั้งมื้อหลักและมื้อรอง และทางกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมากยังมีสินค้าที่สมาชิกของที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยว ส่วนสินค้าของที่ระลึกก็มีเครื่องมือประมงพื้นบ้านจำลองขนาดเล็ก เช่นไซดักปลา บ้านกระปุกออมสิน ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว

เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก



ภาพที่ 4.32 แผนที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก

กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก

การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ทางกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก ได้ทำการคัดเลือกเอาอัตลักษณ์และวิถีชีวิตที่มีอยู่ในชุมชนมาประกอบเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว ประมงพื้นบ้าน การเย็บจากการเลี้ยงหมู การทำเครื่องมือประมง และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาตอนกลาง ได้นำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญมานำเสนอได้แก่ 1) ท่องเที่ยววิถีชีวิตประมง 3 น้ำ ชมการแปรรูปวัตถุดิบทางทะเลและวิถีคนใต้โหนด 2) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางน้ำเกาะรังนกนางแอ่น และเส้นทางตามรอยเสด็จประพาสต้นรัชกาลที่ 5 บริเวณหมู่เกาะสี่เกาะห้า 3) เล่นน้ำชมแสงสุดท้ายในทะเลสาบสงขลาตอนกลางบริเวณหาดต่อกัน ในทะเลสาบสงขลาตอนกลาง ของภาคใต้หนึ่งเดียว ได้ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรม ต่าง ๆ ของในชุมชน พัฒนามาเป็นจุดแวะสำหรับในเส้นทางหรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวต่างพื้นที่สามารถเข้ามาเรียนรู้สัมผัสกับอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของคนในเกาะหมากได้ลึกซึ้ง ยิ่งไปกว่านั้นทางกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมากมีแนวคิดที่จะนำ นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลฐานทรัพยากรทางธรรมชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรทางทะเลที่อยู่บริเวณหมู่เกาะในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาได้ร่วมกันทำกิจกรรมพัฒนาฟื้นฟูฐานทรัพยากรที่อยู่ในทะเลสาบสงขลาบริเวณตำบล เกาะหมากต่อไป

โปรแกรมท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก

ตารางที่ 4.69 โปรแกรมท่องเที่ยววันเดียว

เวลา	รายละเอียด
09.00 น.	นัดพบ ณ ที่ทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง
10.15 น.	เช็คอินวิวสวย ๆ ณ ลานยอ ณ บ้านแหลมกรวด
10.30	ลงเรือเที่ยวทะเลสาบ ชมความงามหมู่เกาะสี่ เกาะห้า กิจกรรมบน -เดินบนสะพาน walkway ชมความงามทางธรรมชาติ และชมขาหินปูน -ชมถ้ำเนียงเคย แหล่งผลิตรังนกแอ่นคุณภาพระดับโลก -สักการะพระบรมอนุสาวรีย์ พระพุทธเจ้าหลวง ร.5 -ถ่ายภาพกับพระปรมาภิไธย จปร.
12.30	เดินทางสู่เกาะกระ และร่วมรับประทานอาหารกลางวัน -เดินชมวิวเกาะกระ -สักการะพระโพธิสัตว์กวนอิม -สักการะหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด -อธิฐานของพร 12 นักษัตร
15.30	นั่งเรือกลับสู่ชุมชนท่องเที่ยว
16.00	ส่งนักท่องเที่ยวกลับภูมิลำเนา

ตารางที่ 4.70 โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน เกาะหมาก-ช่องฟืน

วันที่ 1 ดูวิถีชีวิตชาวเล ประมงพื้นบ้าน การแปรรูปสัตว์น้ำอินทรีย์	
เวลา	รายละเอียด
7.30-8.30	คณะนักท่องเที่ยวเดินทางหาดใหญ่หรือพื้นที่อื่น ๆ มาถึงแพปลาบ้านช่องฟืน 8.30 น.
8.30-9.00	ต้อนรับ Welcome drink and breakfast
9.00-9.15	แนะนำกลุ่มประมงอนุรักษ์และกิจการแพปลาช่องฟืน
9.15-9.30	ชมการรับซื้อสัตว์น้ำ ท่านจะได้ชม ปลา และกุ้งนานาชนิด
9.30-9.35	แนะนำเตรียมตัวท่องเที่ยวและการเรื่องความปลอดทางน้ำ
9.35-9.40	ลงเรือหางยาว จำนวน 5-6 ต่อลำ
9.40-10.00	นั่งเรือชมแนวเขตอนุรักษ์สัตว์น้ำอินทรีย์
10.00-10.30	ชมและลงทะเลสาบร่วมกิจกรรมการยกไซนั่ง
10.30-10.40	ฟังการอธิบายความรู้เรื่องการจับสัตว์น้ำด้วยเครื่องมือ
10.40-11.00	ชมและลงทะเลร่วมกิจกรรมการยกไซกุ้งหัวหมัน การทอดแห การวางเบ็ดราว และเครื่องมือประมงอื่น ๆ ตามฤดูกาล
11.00-11.30	กิจกรรมเดินชมเกาะกระ ชมความงามและสักการะสิ่งศักสิทธิ์
11.30-12.00	นั่งเรือชมความงดงามของทะเลสาบสงขลาตอนกลาง
12.00-13.30	รับประทานอาหารกลางวัน ร่วมกิจกรรมปิ้งย่าง กุ้ง ปลา
13.00-14.00	พักผ่อนตามอัธยาศัย
14.00-15.00	กิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าฐานการทำประมงอนุรักษ์และประมงอินทรีย์
15.10-16.40	กิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าฐานการแปรรูปสัตว์น้ำอินทรีย์
16.40-17.00	การเลือกของฝากของระลึก
18.00 น.	เข้าที่พัก
วันที่ 2 ล่องเรือตามรอยพระยุคลบาท ชมทะเลสาบสามน้ำ	
06.00 น.	ตื่นเช้า ทำภารกิจส่วนตัว
07.30	รับประทานอาหารเช้า นั่งหลำติดล้อ ไปชุมชนเขาชัน เพื่อร่วมกิจกรรม ท่องเที่ยวของกลุ่มเขาชัน กิจกรรมไข่ในหิน และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน และเลือกซื้อสินค้า
08.00	นั่งหลำติดล้อ ถึงป่าพรุบ้านเกาะโคบ ชม “ควายไล่ทุ่ง วัวเล็มหญ้านกหาปลา หมูทำนาแห้ว” พร้อมไปกับการรับประทานอาหารเช้า เครื่องดื่มร้อน ๆ และชมตลาดนัดชาวเกาะ ขนมพื้นบ้าน ที่นักท่องเที่ยวเลือกชม และเลือกซื้อ
10.30	นั่งหนำติดล้อ ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน สักการะ หลวงปู่อิน วัดแหลมกรวม ร่วมถ่ายภาพกับต้นไทรโอบรัก และเรื่องเล่า
11.00	ขึ้นเขานางฟ้า ชมวิวทะเลบนยอดเขานางฟ้า

12.00	รับประทานอาหารเที่ยง
13.00	นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงโรงเรียนบ้านเกาะเสือ พร้อมต้อนรับด้วยเครื่องดื่ม ของชุมชน
14.00	ชมบริเวณโรงเรียน และโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ของโรงเรียนบ้านเกาะเสือ
15.00	เดินขึ้นเขาเพื่อสักการะพระเจดีย์บนยอดเขา และระหว่างทางชมพันธุ์ไม้ และสวนพฤกษศาสตร์
16.00	ศึกษาดูงาน และรับฟังการบริหารจัดการโรงเรียนบ้านเกาะเสือที่ได้รางวัลระดับประเทศเช่นรางวัลพระราชทาน และรางวัลอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก
16.30	ถ่ายภาพบริเวณหน้าเกาะเสือ
17.00 น.	เดินทางกลับโดย สวัสดิภาพ

ผลิตภัณฑ์ของฝาก



ปลาเส้น ปลาส้ม



ประติมากรรมหินทราย



บ้านออมสิน

ภาพที่ 4.33 ผลิตภัณฑ์ของฝากกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

สรุปผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก ชาวบ้านในชุมชนได้ร่วมกันนำฐานทรัพยากรทางธรรมชาติโดยเฉพาะทะเลสาบสงขลาตอนกลางที่มีหมู่เกาะสี่เกาะห้ามาเป็นฐานทรัพยากรหลักทางการท่องเที่ยวชุมชนได้ร่วมกับผู้ประกอบการเรือนำเที่ยวและร่วมกับชาวบ้านตามฐานกิจกรรมเรียนรู้ต่างๆได้พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำเป็นหลักรวมถึงปัจจุบันได้พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมากเพื่อนำเสนอกิจกรรมอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่ม CSR ขององค์กรต่างๆได้เข้ามาร่วมกิจกรรมกับชุมชนในการปล่อยพันธุ์กุ้งและการจัดทำบ้านตราซึ่งเป็นการท่องเที่ยวมิติใหม่ของชุมชน

ห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

คณะผู้วิจัยได้สำรวจบริบทปัจจุบันห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจากกลุ่มผู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ของฝาก ระบบการขนส่ง ฐานกิจกรรมการท่องเที่ยวและนักสื่อความหมายและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ภาพระดับพื้นที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินกิจกรรมการวิจัยกับพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนกลางและตอนบน บริเวณตำบลเกาะหมาก อำภอปากพะยูนและตำบลพนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง สามารถสรุปเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ ได้ดังนี้

การพัฒนาตัวแบบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการวิจัยกับพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนกลางและพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนบนโดยมีการจัดประชุมระดมความคิดเห็น จำนวน 2 ครั้งในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก และพื้นที่ตำบลพนางตุง เพื่อพัฒนาตัวแบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาดังนี้



ภาพที่ 4.34 การพัฒนาตัวแบบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวพื้นที่ตำบลพนางตุง



ตัวแบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



ภาพที่ 4.36 ตัวแบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ปัจจัยต้นน้ำ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยต้นน้ำ	พื้นที่เกาะหมาก	พื้นที่ทะเลน้อย/พนางตุง
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ	จำนวน 32 แหล่ง โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ทะเลสาบสงขลาตอนกลาง หมู่เกาะสี่เกาะห้า เขานางฟ้า	จำนวน 35 แหล่ง โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ทะเลน้อย คลองปากพระนกน้ำ คลองนางเรียม
แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	จำนวน 15 แหล่ง โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ประวัติศาสตร์การเสด็จประพาสต้น ร.5 วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน	จำนวน 10 แหล่ง โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ชุมชนโบราณ บ้านเรือนวิถีชุมชนทะเลน้อย วิถีนาข้าสังข์หยด
โครงสร้างพื้นฐาน	ถนน ไฟฟ้า ระบบน้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์มือถือ มีความพร้อมปานกลาง	ถนน ไฟฟ้า ระบบน้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์มือถือ มีความพร้อมสูง
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ปั๊มน้ำมัน ตู้ ATM ร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ	มีความพร้อมน้อย	มีความพร้อมสูง

กลางน้ำ คือ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน และเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวชุมชน ที่ผู้ประกอบการเป็นผู้จัดเตรียมให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฐานกิจกรรมเชื่อมโยงและการสื่อความหมาย ระบบขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว

กลางน้ำ	พื้นที่เกาะหมาก	พื้นที่ทะเลน้อย/พนางตุง
ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน	มีจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว	มีจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว
ที่พัก	มีน้อย	มีเป็นจำนวนมากบริเวณชุมชนทะเลน้อย
ร้านอาหาร	มีน้อย	มีเป็นจำนวนมากบริเวณชุมชนทะเลน้อย
ร้านขายของที่ระลึก	มีน้อย	มีเป็นจำนวนมากบริเวณชุมชนทะเลน้อย
ฐานกิจกรรมและนักสื่อความหมาย	มีฐานกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายและนักสื่อความหมาย	มีฐานกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายและนักสื่อความหมาย
ระบบขนส่ง	ไม่มีระบบการขนส่งภายในชุมชน นักท่องเที่ยวต้องประสานเรื่องรถนำเที่ยว หรือนำรถมาเอง	ไม่มีระบบการขนส่งภายในชุมชน นักท่องเที่ยวต้องประสานเรื่องรถนำเที่ยว หรือนำรถมาเอง
ธุรกิจนำเที่ยว	มีน้อย	มีน้อย

ปลายน้ำ คือ ผลจากการบริการที่ส่งถึงลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว อย่างที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง หรือความต้องการ ซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจนักท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรม การประเมินความพึงพอใจ การแนะนำต่อ และการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ปลายน้ำ	พื้นที่เกาะหมาก	พื้นที่ทะเลน้อย/พนางตุง
การประเมินความพึงพอใจ	มีการดำเนินการน้อย	มีการดำเนินการปานกลาง
นักท่องเที่ยวแนะนำต่อ	ปานกลาง	มาก
การกลับมาเที่ยวซ้ำ	ปานกลาง	มาก

ตัวแบบห่วงโซ่อุปทานลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลากับสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและความภักดีทางการท่องเที่ยว จากการระดมความเห็นที่ประชุมต้องการชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวหากมีการจัดการที่ดีจะส่งผลต่อ ความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและความภักดีทางการท่องเที่ยว โดยที่เครือข่ายต้องให้ความสำคัญกับการไหลเวียน ที่ปัจจัยในการดำเนินงาน 3 ประการได้

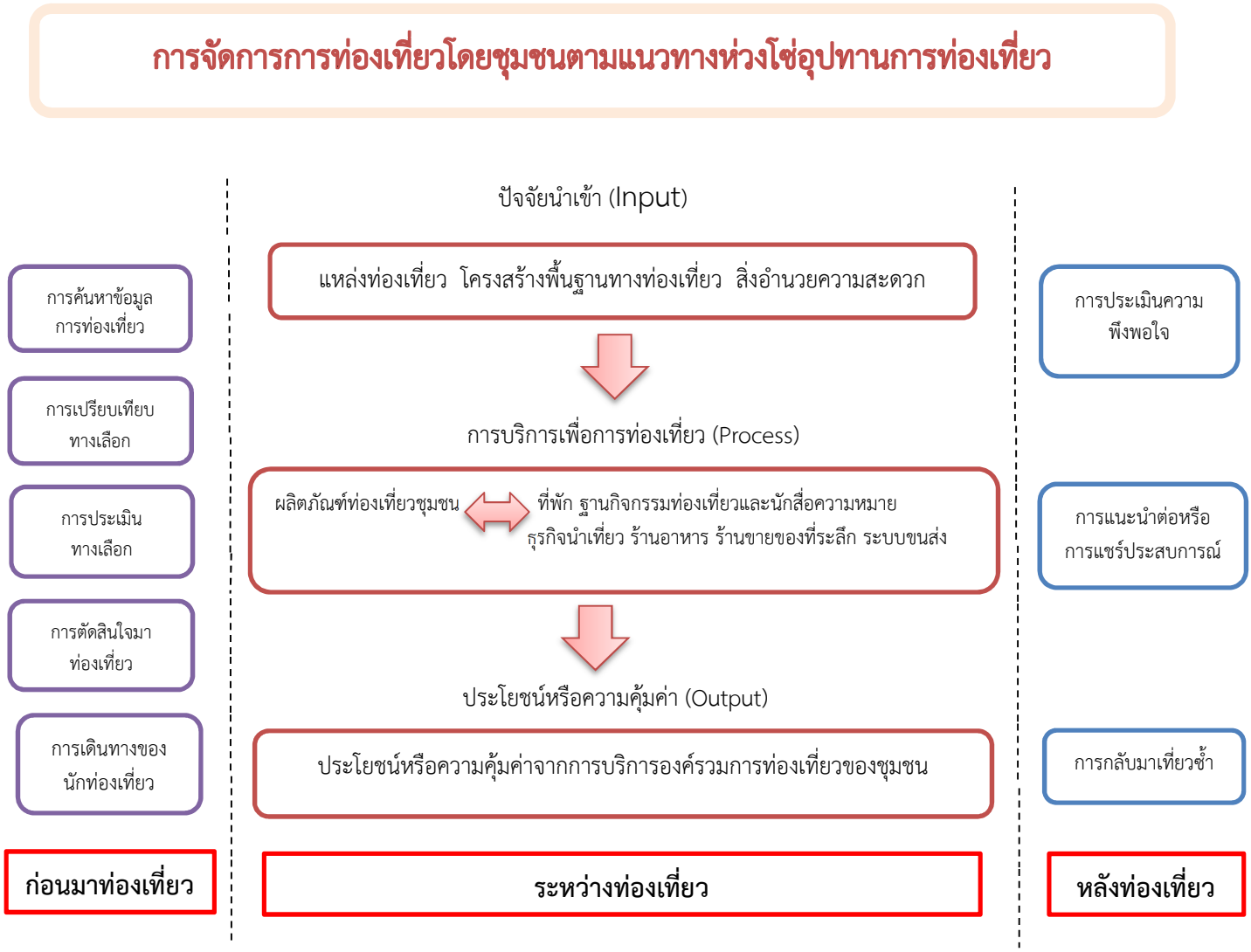
1. การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical Flows) เป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการเดินทาง ของนักท่องเที่ยว การจัดการสัมภาระของนักท่องเที่ยว การจัดการทางด้านที่พัก ค้นหาโปรแกรมท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวกและปลอดภัยในการดำเนินการดังกล่าว

2. การไหลเวียนทางด้านการเงิน (Financial Flows) เป็นการจัดการทางด้านการเงินเกี่ยวข้องการชำระเงินสำหรับที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงการชำระค่าสินค้าหรือบริการอื่น ๆ ให้กับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวกในการให้บริการดังกล่าว และการไหลเวียนทางด้านการเงินต้องครอบคลุมไปถึงการกระจายรายได้สู่สมาชิกในชุมชนและกระจายรายได้ไปสู่เครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

3. การไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ (Information Flows) เป็นการจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร นับตั้งแต่ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจนถึงข้อมูลที่ได้รับเมื่อมาถึงแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวควรเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และ ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง

นอกจากที่ประชุมได้เสนอแนะตัวแบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรกำหนดหน่วยงานราชการและหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เข้ามาอยู่ในตัวแบบ เนื่องจากการพัฒนาและการประชุมระดมความคิดเห็นในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่าส่วนราชการท้องถิ่นและส่วนราชการระดับจังหวัดและรวมถึงส่วนราชการระดับประเทศเข้ามาเป็นภาคีหลักในการผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวของพื้นที่ตำบลเกาะหมากและตำบลพนางตุงรวมถึงพื้นที่อื่นๆในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาดังนั้นที่ประชุมจึงมีความเห็นว่าควรที่จะนำเอาส่วนราชการเข้ามาอยู่ในตัวแบบของห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวด้วยและอีกกลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวก็คือกลุ่มภาคธุรกิจเอกชนอื่นๆทั้งในระดับพื้นที่และระดับจังหวัดเช่นสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลาชมรมธุรกิจ ผู้ประกอบการร้านอาหาร กลุ่มส่งเสริมท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง สมาคมโรงแรมจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา ภาคเอกชนเหล่านี้มีส่วนผลักดันให้ห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและในช่วงเวลาที่ผ่านมา 1-2 ปีที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่ากลุ่มเอกชนเหล่านี้มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ดังนั้นสรุปได้ว่าตัวแบบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวข้องพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยต้นน้ำที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยกลางน้ำเกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนรวมถึงเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวที่จะเชื่อมโยงกับชุมชน และปัจจัยปลายน้ำเกี่ยวข้องกับการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวแนะนำต่อและการกลับมาเที่ยวซ้ำ และรวมถึงการประสานงาน การไหลเวียนทางกายภาพ ทางด้านการเงิน ทางด้านสารสนเทศ หากมีการจัดการที่ดีย่อมส่งผลต่อความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและความภักดีทางการท่องเที่ยว และตัวแบบนี้มีความสัมพันธ์ที่นำสู่ประโยชน์ต่อการวางแผนการพัฒนาที่เพิ่มขีดดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.37 การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

จากการประชุมระดมความคิดเห็นเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้การกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนที่ ชุมชนท่องเที่ยวควรวางระบบการจัดการ 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ก่อนท่องเที่ยว

การจัดการก่อนท่องเที่ยว ชุมชนต้องมีกระบวนการติดต่อประสานงานกับนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มเป้าหมายที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนโดยชุมชนต้องเตรียมข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร คู่มือ แผนที่ท่องเที่ยวหรือข้อมูลดิจิทัลที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook หรือสื่อออนไลน์รูปแบบอื่นๆ ที่คอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้ค้นหาข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวทำการเปรียบเทียบและประเมินทางเลือกในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชนและพื้นที่เชื่อมโยง ข้อมูลการท่องเที่ยวเหล่านี้จะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ส่วนประเด็นที่สำคัญที่ประชุมเสนอแนะว่ารูปแบบการจัดการในการเดินทางคือการติดต่อประสานงานกับนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวกับชุมชนต่างๆ โดยที่นักท่องเที่ยวต้องเลือกรูปแบบการเดินทาง เช่นการเดินทางโดยการบินหรือรถไฟ รถประจำทาง และในส่วนของชุมชนท่องเที่ยวจะต้องประสานงานในส่วนที่ต้องรับผิดชอบในพื้นที่เป็นการเดินทาง ที่ชุมชนต้องไปรับนักท่องเที่ยวเพื่อการขนถ่ายสัมภาระและการรับส่งนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน รวมถึงการรับส่งเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่าย และการเดินทางเพื่อร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน

2. ระหว่างท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวระหว่างท่องเที่ยว เป็นรูปแบบการจัดการโดยใช้มุมมองระบบในการดำเนินงานการบริการท่องเที่ยวของชุมชนโดยประกอบด้วย 3 ปัจัยหลักที่สำคัญได้ ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยกระบวนการ และปัจจัยผลลัพธ์

ปัจจัยนำเข้า เป็นปัจจัยลำลับต้นที่ชุมชนจะต้องสร้างการมีส่วนร่วมในการดูแลพัฒนารวมถึงคัดเลือกสิ่งเหล่านี้นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่แหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะนำมาจัดเป็นองค์ประกอบเพื่อรอการมาใช้บริการของนักท่องเที่ยวปัจจัยเหล่านี้กล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ ที่ชุมชนจะต้องสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนด ดูแลบำรุงรักษาสิ่งเหล่านี้ร่วมกับคนในชุมชน รวมถึงการประสานงานกับภาคีเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก มีสภาพความพร้อมใช้งานในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนและภาคีเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่

ปัจจัยกระบวนการหรือปัจจัยบริการการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ชุมชนท่องเที่ยวจะต้องตระเตรียมมาก เพราะว่าปัจจัยด้านบริการเพื่อการท่องเที่ยวจะต้องมีความพร้อมและมีความสมบูรณ์แบบ โดยชุมชนจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนซึ่งประกอบไปด้วย เส้นทางการท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวและนักสื่อความหมาย โปรแกรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของฝากของชุมชน และรวมถึงบริการอื่น ๆ ที่ชุมชนพึงมีที่จะให้บริการต่อนักท่องเที่ยว ชุมชนต้องเตรียมพร้อมเป็นองค์รวมเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการประสานงานร่วมกันกับเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเติมเต็มความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดย

ที่ชุมชนจะต้องทำงานประสานงานกับเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่คอยใช้บริการเสริมกับกลุ่มที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก ฐานกิจกรรมท่องเที่ยว ระบบขนส่ง และ ธุรกิจนำเที่ยว เพื่อขยายเวลาการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นก่อเกิดการใช้จ่ายในพื้นที่มากขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน

ส่วนปัจจัยผลลัพธ์หรือประโยชน์หรือความคุ้มค่าจากการบริการองค์รวมการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ปัจจุบันชุมชนต่าง ๆ จะต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เช่น ประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการได้มาพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานที่ได้มาสัมผัสกับกิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการได้รับความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมจากการเดินทาง หรือประโยชน์อื่นๆ ตามวัตถุประสงค์ของแต่ละกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว รวมถึงต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าของเม็ดเงินที่นักท่องเที่ยวจะต้องจ่ายให้กับชุมชนหรือจ่ายให้กับภาคีเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งเกิดความคุ้มค่าจากการบริการแบบองค์รวมของชุมชนมากน้อยแค่ไหน

ดังนั้นในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางของห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวปัจจัยในเรื่องการจัดการระหว่างการท่องเที่ยวถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากเป็นรายละเอียดการปฏิบัติงานทางการท่องเที่ยวของชุมชนดังนั้นชุมชนจะต้องใส่ใจในรายละเอียดในการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยวกับชุมชน

3. หลังการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะต้องดำเนินกิจกรรมหลังจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวซึ่งประเด็นนี้โดยส่วนใหญ่แล้วยังเป็นจุดอ่อนของชุมชนท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงชุมชนท่องเที่ยวบริเวณรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาด้วยเช่นกัน ดังนั้นกิจกรรมที่สำคัญที่จะต้องดำเนินการหลังการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวออกจากแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวกลับไปยังภูมิลำเนา ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางกลับไปยังภูมิลำเนานั้นชุมชนท่องเที่ยวจะต้องมีรูปแบบการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนและรวมถึงการประเมินถึงความเชื่อมโยงกับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ โดยที่ชุมชนควรนำแนวทางหรือรูปแบบการประเมินโดยใช้แบบสอบถาม หรือใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อสอบถามถึงประเด็นต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวพอใจ หรือประเด็นต่างๆที่นักท่องเที่ยวอาจจะไม่พอใจ รวมถึงเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน และกิจกรรมหลังการท่องเที่ยวที่สำคัญต่อมาก็คือชุมชนจะต้องสร้างเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวกับชุมชนหรือมาใช้บริการของภาคีเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานของชุมชน รวมถึงเปิดโอกาสหรือเปิดช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้บอกต่อหรือแชร์ประสบการณ์การเดินทางที่ได้มาท่องเที่ยวกับชุมชน และประการสุดท้ายที่ชุมชนจะต้องคำนึงถึงโดยอาจจะมีรูปแบบหรือวิธีการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำนั้นแสดงให้เห็นถึงการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพราะถ้าหากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำแสดงว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการก่อให้เกิดความภักดีต่อการท่องเที่ยวของชุมชน

แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

การลงพื้นที่สัมภาษณ์ สำรวจ และสังเกตแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องบริบทปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน โดยคณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือ เพื่อใช้วัดระดับความเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานแต่ละชุมชน

ระดับที่ 5 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานมากที่สุด

ระดับที่ 4 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานมาก

ระดับที่ 3 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานปานกลาง

ระดับที่ 2 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานน้อย

ระดับที่ 1 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานน้อยที่สุด

ต่อมาคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ สังเกตแบบส่วนร่วม รวมถึงการจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อวัดระดับความเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานแต่ละชุมชน สามารถสังเคราะห์ผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.71 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนเชื่อมกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน	**แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน**	**วิชชาลัยรวงข้าว**	**ชุมชนทะเลน้อย**	**กรวด หินรักษ์ ดิน เล**	**เกาะเสือ**	**กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน**	**ท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก**
ชุมชนท่องเที่ยว	3	2	3	4	5	3	5
ที่พัก	2	2	4	3	5	2	5
ร้านอาหาร	1	1	4	3	2	2	3
ของที่ระลึก	2	3	5	2	2	3	3
ฐานกิจกรรมท่องเที่ยว	2	4	5	4	3	3	5
ขนส่ง	1	1	1	1	1	1	1
ธุรกิจนำเที่ยว	1	1	1	2	1	1	3
ส่วนราชการ	2	5	4	3	4	4	4

จากตารางข้างต้นพบว่าปัจจุบัน (พ.ศ. 2562) พบว่าระดับความเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวนำไปสู่การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานแต่ละชุมชน ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาโดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากพื้นที่การท่องเที่ยวของลุ่มน้ำทะเลสาบเพิ่งเปิดตัวให้ชุมชนดำเนินการ ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างจริงจังที่เห็นนักท่องเที่ยวมาในพื้นที่เกิดการกระจายตัวเข้าไปสู่ชุมชนเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมาทำให้ระดับระดับความเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานแต่ละชุมชนยังไม่สูงมากนัก

ต่อมาคณะผู้วิจัยได้จัดประชุมระดมความคิดเห็นและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก ฐานกิจกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และร่วมถึงส่วนราชการที่

เกี่ยวข้อง สามารถสรุปแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยกับโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมควรดำเนินร่วมกันอย่างไรบ้าง พบว่าที่ประชุมได้เสนอแนะหลากหลายได้ดังนี้

ตารางที่ 4.72 การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวกับโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน	*ชุมชนท่องเที่ยว*	*ที่พัก*	*ร้านอาหาร*	*ร้านของที่ระลึก*	*ฐานกิจกรรมท่องเที่ยว*	*ธุรกิจขนส่ง*	*ธุรกิจนำเที่ยว*	*ส่วนราชการ*
ชุมชนท่องเที่ยว	พัฒาการท่องเที่ยวร่วมกัน	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	แนะนำแหล่งและส่งลูกค้า	ทำกิจกรรมร่วมกัน	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	พัฒนาแหล่งและโครงสร้างพื้นฐาน
ที่พัก	ส่งลูกค้า	Road show	ส่งลูกค้า	รับฝากขาย	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	อบรมมาตรฐาน
ร้านอาหาร	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	จัดงานร่วมกัน	ประชาสัมพันธ์ร่วมกัน	ส่งลูกค้า	แลกเปลี่ยนข้อมูล	ส่งลูกค้า	อบรมมาตรฐาน
ของที่ระลึก	รับฝากขาย	รับฝากขาย	รับฝากขาย	ประชาสัมพันธ์ร่วมกัน	รับฝากขาย	แลกเปลี่ยนข้อมูล	ส่งลูกค้า	อบรมมาตรฐาน
ฐานกิจกรรมท่องเที่ยว	ทำกิจกรรมร่วมกัน	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	รับฝากขาย	แลกเปลี่ยนข้อมูล	แลกเปลี่ยนข้อมูล	ส่งลูกค้า	พัฒนาแหล่งและโครงสร้างพื้นฐาน
ขนส่ง	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	แลกเปลี่ยนข้อมูล	ส่งลูกค้า	อบรมมาตรฐาน
ธุรกิจนำเที่ยว	ส่งลูกค้าและ PR ร่วมกัน	ส่งลูกค้าและทำตลาดร่วม	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	ส่งลูกค้า	ประชาสัมพันธ์ร่วมกัน	อบรมมาตรฐาน
ส่วนราชการ	พัฒนาแหล่งและโครงสร้างพื้นฐาน	อบรมมาตรฐาน	อบรมมาตรฐาน	อบรมมาตรฐาน	อบรมมาตรฐาน/จัด event ร่วมกัน	อบรมมาตรฐาน	อบรมมาตรฐาน	อบรมมาตรฐาน

จากตารางข้างต้นพบว่าการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวกับโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบการทำงานร่วมกันระหว่าง ชุมชนท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก ฐานกิจกรรมท่องเที่ยวและนักสื่อความหมาย ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และส่วนราชการ ซึ่งพบว่าคนในพื้นที่ต้องการความร่วมมือและการประสาน การทำงานร่วมกัน ดังตารางข้างต้น

นอกจากนี้ที่ประชุมยังได้เสนอลักษณะความร่วมมือผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมในอีก 3 ด้าน

1.ความร่วมมือด้านข้อมูล หมายถึงร่วมมือกัน ในการแบ่งปันข้อมูลข่าวซึ่งกันและกัน ในประสานงานการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ในหลาย ๆ ในห่วงโซ่อุปทาน เช่น พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลความพร้อมจุดเด่น ๆ ชุมชนท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก ฐานกิจกรรมท่องเที่ยวและนักสื่อความหมาย ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และร่วมถึงส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.ความร่วมมือด้านกายภาพและนักท่องเที่ยว หมายถึงร่วมมือกัน พัฒนาแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก ร่วมถึงความร่วมมือในการประสานงานกับนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาในพื้นที่ของชุมชนท่องเที่ยว

3.ความร่วมมือด้านการเงิน หมายถึงร่วมมือกัน การจัดสรรงบประมาณสำหรับพัฒนาแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และงบประมาณสำหรับจัดอบรมศึกษาดูงานให้ความรู้กับชุมชนท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก ฐานกิจกรรมท่องเที่ยวและนักสื่อความหมาย ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ถึงความในเรื่องการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ด้านการเงินในการส่งต่อนักท่องเที่ยวในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของพื้นที่

ต่อมาคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนที่มีความพร้อมนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

โดยใช้กิจกรรมการวิจัยเป็นตัวพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวดังนี้

1.ประชุมแต่ละชุมชนที่ยกระดับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยนำจุดแข็งหรือจุดเด่นมาต่อยอด

2.นำชุมชนเดินทางไปศึกษาดูงานจังหวัดสตูล

3.อบรมให้ความรู้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

4.อบรมให้ความรู้เรื่องมาตรฐาน อย. ให้ชุมชนท่องเที่ยวที่พัฒนาสินค้ากลุ่มอาหาร

5.ชุมชนกลับไปพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

6.การให้คำปรึกษาและเป็นพี่เลี้ยงติดตามประเมินผลความสำเร็จพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน ตำบลเกาะหมาก จังหวัดพัทลุง

จากกิจกรรมการวิจัยเป็นตัวพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน ได้ทำประมงอย่างรับผิดชอบ จับปลาที่ได้ขนาดและใช้เครื่องมือที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมแล้ว ได้ทำการอนุรักษ์มาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ตั้งแต่อดีตทั้งการต่อสู้เรื่องเรืออวนลากอวนรุนให้หมดไปจากพื้นที่ รวมทั้งการทำกิจกรรมอนุรักษ์ ได้แก่-การเพิ่มที่อยู่อาศัยให้สัตว์น้ำ เช่น การปลูกหญ้าทะเล ปลูกป่าชายเลน การสร้างบ้านปลา การเพิ่มประชากรสัตว์น้ำ เช่น การสร้างธนาคารปู การปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำ การอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ เช่น การกำหนดเขตชายฝั่งห้ามทำประมงทำลายล้าง ใช้อวนตาห่างในการจับสัตว์น้ำ แพปลาชุมชนไม่รับซื้อสัตว์น้ำขนาดเล็ก เพราะทะเลถือเป็นอู่ข้าวอู่น้ำให้กับชาวประมงและพวกเราทุกคน ผู้บริโภคสามารถเป็นส่วนหนึ่งในอนุรักษ์ได้ ด้วยการช่วยกันรักษาทะเล และสนับสนุนสินค้าจากการทำประมงอย่างยั่งยืน

กิจกรรมการอนุรักษ์ของชาวประมงพื้นบ้านช่องฟืน ตำบลเกาะหมาก จังหวัดพัทลุง

กลุ่มแพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน ได้จัดกิจกรรมฝึกเยาวชนให้เห็นค่าอาชีพปู่ย่าตายายให้เป็นมัคคุเทศก์น้อย ให้มีความเข้าใจการผลิตอาหารที่สะอาด ระบบการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในทะเลสาบด้วยหัวใจ การกำหนดเขตอนุรักษ์ การใช้เครื่องมือในการจับสัตว์น้ำที่สืบอาชีพปู่ย่าตายายเพื่อรักษาทะเลสาบให้ยั่งยืน



ภาพที่ 4.38 กิจกรรมส่งเสริมเยาวชนเรียนรู้ประมงอนุรักษ์



ภาพที่ 4.39 กิจกรรมส่งเสริมเยาวชนเรียนรู้ประมงอนุรักษ์



ภาพที่ 4.40 กิจกรรมส่งเสริมเยาวชนนำนักท่องเที่ยวบูรณาการกับประมงอนุรักษ์

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก

คณะผู้วิจัยได้ให้คำปรึกษาและส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก พัฒนาแนวทางกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หลังจากกลับมาจาการศึกษาดูงานที่บ้านบากันใหญ่ จังหวัดสตูล ได้นำเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการมาทำ CSR ร่วมกับชุมชน ต่อมากลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก ได้ดำเนินการก่อตั้งธนาคารสัตว์น้ำเพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เป็นหนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวที่ชุมชนที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์น้ำในทะเลสาบสงขลา นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนจะได้ร่วมปล่อย ลูกปลา ลูกกุ้งก้ามกราม กลับสู่แหล่งน้ำทะเลสาบสงขลาเพื่อเป็นการขยายพันธุ์สัตว์น้ำให้เกิดความยั่งยืน



ภาพที่ 4.41 ธนาคารสัตว์น้ำ



ภาพที่ 4.42 แม่กุ้งก้ามกรามที่มีไข่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่ม กรวด หิน (รักษ์) ดิน เล

คณะผู้วิจัยได้ส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่ม กรวด หิน (รักษ์) ดิน เล พร้อมด้วยชาวบ้านในชุมชน ในการพัฒนาปรับปรุงพื้นที่บริเวณต้นไทรโอบรัก เพื่อเป็นจุดท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และบอกเล่าประวัติศาสตร์ชุมชน ซึ่งต้นไทรโอบรักเป็นต้นไม้ของชุมชนที่อยู่มานานหลายชั่วอายุคน ผ่านกิ่งก้าน ร่มเงา ต้นไม้ใหญ่และจัดพิธีบวงสรวง พร้อมเปิดงานท่องเที่ยวชุมชนบ้านหัวหิน ถิ่นเกาะหมาก เมืองลุง โดยมีนายอำเภอปากพะยูน เป็นประธานในพิธีเปิดงาน ระหว่างวันที่ 13-15 กันยายน 2562





ภาพที่ 4.43 กิจกรรมการเปิดประตูสู่หัวหิน



ภาพที่ 4.44 กิจกรรมไทรโอบรัก

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนทะเลน้อย กลุ่มผู้ผลิตเคยปลา ตำบลพนางตุง จังหวัดพัทลุง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนทะเลน้อย คณะผู้วิจัย ให้การส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตเคยปลา ตำบลพนางตุง จังหวัดพัทลุงหลังจากได้ศึกษาดูงาน เรื่องความปลอดภัยในการผลิตอาหาร เพื่อขอ อย. ที่จังหวัดสตูล กลุ่มผู้ผลิตเคยปลาทะเลน้อย ได้นำความรู้จากการศึกษาดูงาน มาสร้างโรงเรือนสำหรับตากเคยปลาสำเร็จรูป เพื่อการควบคุมกลิ่นและรักษาความสะอาด เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้นต่อไป



ภาพที่ 4.45 โรงเรือนที่ออกแบบสร้างใหม่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว ตำบลพนางตุง จังหวัดพัทลุง สร้างศูนย์เรียนรู้วิถีชาวนาตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ โดยการพัฒนาพื้นที่ จำนวน 4 ไร่ ให้เป็นศูนย์เรียนรู้ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และการศึกษาดูงาน ที่เกี่ยวการทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์แบบครบวงจร



ภาพที่ 4.46 ศูนย์เรียนรู้การทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์

คณะผู้วิจัยได้จัดอบรมมาตรฐานสินค้าอาหารเพื่อการของรับรอง อย.

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม มีหลายชุมชนที่มีสินค้าของฝากของระลึก ดังนั้นเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มุคุณภาพสูงขึ้นคณะผู้วิจัยได้จัดทำโครงการอบรมมาตรฐานสินค้าอาหารเพื่อการของรับรอง อ.ย. กับชุมชนเป้าหมายในพื้นที่วิจัยรอบลุ่มน้ำทะเลสาบ โดยเชิญวิทยากรจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง หัวหน้าส่วนงานที่เกี่ยวข้องและเจ้าหน้าที่ด้านการตรวจประเมินมาตรฐานสินค้าอาหารเพื่อการของรับรอง อย. มาอบรมให้ภาคีเครือข่ายในพื้นที่ โดยทำการอบรมและกิจกรรมตรวจประเมินสถานที่แปรรูปอาหารของชุมชน



ภาพที่ 4.47 ผู้เข้าร่วมอบรม มาตรฐาน อย.



ภาพที่ 4.48 ผู้ประเมินมาตรฐานสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง



ภาพที่ 4.49 ให้คำปรึกษาจากสถานที่จริง

คณะผู้วิจัยได้สรุปองค์ความรู้เรื่องมาตรฐานสินค้าอาหารเพื่อการของรับรอง อย. ได้ดังนี้เครื่องหมาย อย. คือ สัญลักษณ์ที่แสดงให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพนั้น ๆ ได้ผ่านการพิจารณาด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ และความปลอดภัย ตามหลักเกณฑ์การผลิตและการนำเข้าจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยได้ปฏิบัติตามกฎหมายเบื้องต้นของ อย.แล้ว การจดทะเบียน อย. ถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม เพราะถือเป็นเอกสารที่จำเป็นเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค และสร้างมาตรฐานให้กับสินค้าของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอาหารและเครื่องสำอาง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความแน่ใจในการตรวจสอบตั้งแต่วัตถุดิบและขั้นตอนการผลิตไปจนถึงบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการขึ้นทะเบียน อย. สำหรับสินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตในการผลิตจะแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องมีเครื่องหมาย อย. เป็นผลิตภัณฑ์หรืออาหารไม่แปรรูปหรือเป็นการแปรรูปอย่างง่าย มีเครื่องจักรต่ำกว่า 5 แรงม้า หรือมีคนงานน้อยกว่า 7 คน สามารถผลิตและจำหน่ายได้ในชุมชน แต่ต้องผ่านการผลิตที่ถูกต้องตามกระทรวงสาธารณสุข เช่น การผลิตโดยการผ่านความร้อนและการฆ่าเชื้อที่ถูกต้อง ไม่มีสารที่เป็นอันตรายเจือปน

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีเครื่องหมาย อย. เป็นผลิตภัณฑ์หรืออาหารแปรรูปหรืออาหารสำเร็จรูปที่มีผลก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภคในระดับต่ำไปถึงสูง เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก มีการกำหนดคุณภาพ และการควบคุมเฉพาะ ดังนั้น ต้องขออนุญาตเกี่ยวกับสถานที่ผลิต และต้องไปขอขึ้นทะเบียนอาหาร หรือจดแจ้งรายละเอียดต่างๆ กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือสาธารณสุขจังหวัด

การเตรียมเอกสารเพื่อขอจัดตั้งโรงงานหรือจัดตั้งการผลิต มีดังนี้

1. สำเนาบัตรประชาชนผู้มีอำนาจ
2. สำเนาทะเบียนบ้านผู้มีอำนาจ
3. สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล (เฉพาะกรณีเป็นนิติบุคลล)
4. สำเนา ภพ.20 (เฉพาะกรณีเป็นนิติบุคคล)
5. สำเนาทะเบียนบ้านของร้าน หรือบริษัท (กรณีที่อยู่ดังกล่าว ไม่ตรงกับที่อยู่ผู้มีอำนาจ
6. แผนที่ตั้งของร้าน หรือบริษัท
7. แผนผังภายในร้าน หรือบริษัท ระบุ สถานที่ผลิต บรรจุ เก็บสินค้า ให้ชัดเจน
8. สินค้าตัวอย่างพร้อม ฉลาก

หลักฐานสำคัญสำหรับขอรับหนังสือรับรอง อย.

1. ใบจดทะเบียนผลิตภัณฑ์/แจ้งรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (แบบ สบ.5) จำนวน 2 ฉบับ
2. สำเนาการได้รับอนุญาตตั้งสถานที่ผลิต
3. ใบรับรองสถานที่ผลิตที่เทียบเท่าเกณฑ์ Primary GMP

อัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตผลิตอาหาร

1.ใช้คนงานตั้งแต่ 7-19 คน โดยไม่ใช้เครื่องจักร จนถึงเครื่องจักรไม่ถึง 5 แรงม้า (เข้าข่ายโรงงาน) 3,000 บาท 2.ใช้คนงานตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป โดยไม่ใช้เครื่องจักรจนถึงเครื่องจักรไม่ถึง 5 แรงม้า (เข้าข่ายโรงงาน) 5,000 บาท 3.ใช้เครื่องจักรตั้งแต่ 5-91 แรงม้า 6,000 บาท ใช้เครื่องจักรตั้งแต่ 10-24 แรงม้า 7,000 บาท 4.ใช้เครื่องจักรตั้งแต่ 25 – 49 แรงม้า 8,000 บาท ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังตั้งแต่ 50 แรงม้า ขึ้นไป 10,000 บาท

ขั้นตอนการขอเครื่องหมาย อย.

1. จัดเตรียมสถานที่ผลิตให้ได้ตามหลักเกณฑ์วิธีการผลิตที่ดี (GMP: Good Manufacturing Practice)
2. จัดเตรียมเอกสารโดยติดต่อขอข้อมูลได้ที่ สำนักงานสาธารณสุขอำเภอที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิตทุกแห่ง
3. ยื่นเอกสารขออนุญาตตั้งสถานที่ผลิต พร้อมนัดเจ้าหน้าที่สาธารณสุขอำเภอ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อตรวจสถานที่
4. ยื่นขอเอกสารอนุญาตขอรับเลขสารบบ “13 หลัก” (เลข อย.) ตามแต่ชนิดของผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่ม ได้แก่ อาหารควบคุมเฉพาะ อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน และอาหารที่ต้องมีฉลาก

สถานที่ยื่นคำขอ

1. ในกรณีสถานที่ผลิตตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ให้ยื่นคำขอที่ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ (0ne stop service center)สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
2. กรณีสถานที่ผลิตตั้งอยู่ต่างจังหวัดให้ยื่นคำขอ ณ สำนักงานสาธารณสุขในจังหวัดนั้นๆ

กิจกรรมตรวจประเมินสถานที่แปรรูปอาหารของชุมชน

1.ตรวจประเมินสถานที่แปรรูปอาหารของชุมชน กลุ่มไข่ในหินและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน



ภาพที่ 4.50 การตรวจประเมินเบื้องต้นกลุ่มไข่ในหิน

2.ตรวจประเมินสถานที่แปรรูปอาหารของชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำพริก



ภาพที่ 4.51 การตรวจประเมินเบื้องต้น กลุ่มน้ำพริก

2.ตรวจประเมินสถานที่แปรรูปอาหารของชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแพปลาช่องฟืน



ภาพที่ 4.52 การตรวจแบบก่อสร้างอาคารกลุ่มแพปลาช่องฟืน



ภาพที่ 4.53 การตรวจประเมินเบื้องต้นกลุ่มแพปลาช่องฟืน



ภาพที่ 4.54 กิจกรรมกลุ่มแพปลาช่องฟืน

คณะผู้วิจัยได้จัดอบรมเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



ภาพที่ 4.55 อบรมเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน

ผลจากการอบรมสามารถสรุปห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวได้ดังนี้

โซ่อุปทานการท่องเที่ยวนั้น มีความใกล้เคียงกับความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการและการตลาดในห่วงโซ่อุปทานนอกจากนี้ยังมีความหมายคล้ายคลึงกับห่วงโซ่คุณค่าท่องเที่ยว (Tourism Value Chain) ซึ่งประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ผู้ส่งมอบวัตถุดิบและบริการ (Tourism Supplier) บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) และนักท่องเที่ยว (Tourist) ที่เป็นผู้มีบทบาทหลักคอยทำหน้าที่เชื่อมโยงประสานกันภายในโซ่อุปทานหนึ่งๆ ทั้งในแนวดิ่ง (Vertical) และในแนวราบ (Horizontal) ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) จนถึงปลายน้ำ (Downstream)

โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลัก คือ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยรวมสูงสุดจากการเดินทางท่องเที่ยวในหนึ่งเส้นทาง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถทำงานสอดประสานกัน ได้อย่างลงตัวเพื่อตอบสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้น ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมถึงหลายฝ่ายไม่ได้เป็นแค่เพียงสิ่งที่นักท่องเที่ยวสัมผัสกับผู้ให้บริการเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน

องค์ประกอบของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นการเชื่อมโยงประสานกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยมีกระบวนการที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ กระบวนการดังกล่าวนำมาซึ่งองค์ประกอบของโซ่อุปทานท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

(1) การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายรวมถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว

(2) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) หมายรวมถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น

(3) การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายรวมถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และการซื้อตั๋วเดินทางต่าง ๆ เป็นต้น

การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อห่วงโซ่ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นการเปรียบเทียบกันระหว่างความหวังต่าง ๆ กับประสบการณ์ที่เป็นไปในเชิงของการกระทำ เมื่อประสบการณ์ ดังกล่าวมีความแตกต่างในทางลบจากความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้น ในด้านของการท่องเที่ยว ความพึงพอใจมักจะเป็นที่เข้าใจกันว่า หมายถึง ความคาดหวังต่าง ๆ ที่คนเรามีก่อนการเดินทางจะเกิดขึ้น และประสบการณ์ที่ ได้รับภายหลังจากการเดินทาง กล่าวจากมุมในด้านความคาดหวังและประสบการณ์ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการ เปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ จากแหล่งท่องเที่ยวกับ ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไป กล่าวว่า เมื่อเอาประสบการณ์ที่ได้รับมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งเอาไว้ ส่งผล ออกมาเป็นความรู้สึกของการบรรลุความ ก็หมายถึงว่านักท่องเที่ยวจะเกิดความ พึงพอใจแต่ถ้าผลออกมาเป็นความรู้สึกไม่เพลิดเพลิน ไม่สบอารมณ์จะหมายความว่านักท่องเที่ยว ไม่พึงพอใจ ได้กล่าวว่าความพึงพอใจหรือการบรรลุความคาดหวังอาจจะขึ้นอยู่กับว่าบุคคลให้ คุณค่าหรือตีค่าผลลัพธ์ของความคาดหวังนั้นมากน้อยแค่ไหน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ความพึงพอใจของคนเราขึ้นอยู่กับค่านิยมหรือความเชื่อต่าง ๆ และได้พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับความชอบที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวก่อนจะเดินทาง ความชอบที่ว่านี้ส่งผลต่อการ ประเมินความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวภายหลังจากการเดินทางไปเยือนแล้ว โดยพบว่าถ้าความชอบในแหล่งท่องเที่ยวมีอยู่มากเป็นทุนเดิมก่อนการเดินทาง จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจ หลังความเดินทางไปในทางบวกและสรุปเป็นทฤษฎีว่าถ้านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวอาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นซ้ำ หรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวคนอื่น หรือแสดงออกทางคำพูดด้วยการชื่นชมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ในทางตรงกันข้ามถ้านักท่องเที่ยว ไม่พอใจนักท่องเที่ยวก็อาจจะไม่กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกและอาจจะไม่แนะนำให้ นักท่องเที่ยวอื่นมาเที่ยว หรืออาจจะพูดถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นทางด้านลบ และทำให้แหล่งท่องเที่ยว ได้รับความเสียหายทางด้านตลาดได้ นักท่องเที่ยวผู้ซึ่งความคาดหวังได้รับการตอบสนองด้วยประสบการณ์ต่าง ๆ จะเกิดความพึงพอใจ และในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ที่ไม่ตอบสนองต่อความ คาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ยิ่งช่องว่าง ระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ ได้มีมากเท่าไหร่ก็จะส่งผลให้ความไม่พอใจเกิดมากขึ้นเท่านั้น โดยมีการจำแนกความพึงพอใจทางด้านบวกเป็น 3 ระดับได้แก่ พอใจอย่างยิ่ง พอใจมาก และพอใจความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่าที่หวังเอาไว้หรือ เกินกว่าที่หวัง ความพึงพอใจประกอบด้วยหลายมิติ ความพึงพอใจที่ นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นความพึงพอใจที่มีความหลากหลาย ซึ่งประกอบไปด้วย ความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ เป็นด้าน ๆ เช่น สิ่งต่าง ๆ ที่เขาได้รับ

ประสบการณ์ในระหว่างการ ท่องเที่ยว อาทิเช่น ความความพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (ที่พัก ร้านอาหาร การ คมนาคม ฯลฯ) ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (ทิวทัศน์ ความเป็นธรรมชาติ ความ สวยงาม ความสะอาด บริสุทธิ์ ฯลฯ) หรือความพึงพอใจต่อการบริการต่าง ๆ ซึ่งแต่ละมิติจะต้อง ได้รับการวิเคราะห์แยกกันเป็นด้านๆไปการที่เราระบุความพึงพอใจโดยแยกเป็นด้าน ๆ ไปนี้จะทำให้ เราสามารถทราบได้ว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านใดหรือเรื่องใด และเรื่องอะไรบ้างที่ทำให้ เขาไม่พอใจในการท่องเที่ยว มิติของความพึงพอใจประกอบด้วยมิติ 2 ด้านคือ 1) มิติทางด้านกายภาพ หรือ instrumental dimension ซึ่งหมายถึงความพึงพอใจต่อผล การกระทำทางด้านกายภาพ เช่น ความใส ความสะอาด ความหลากหลาย 2) มิติทางด้านความรู้สึก หรือ expressive dimension ซึ่งหมายถึงความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านจิตวิทยา เช่น ความสะดวก ความสบาย

ทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว จำนวน 4 ครั้ง พื้นที่ชุมชนเกาะหมากจำนวน 2 ครั้ง และพื้นที่กลุ่มวิชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อยจำนวน 2 ครั้ง สามารถสรุปผลวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1.ทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปรเทศมาเลเซีย

ในการทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว โดยได้ดำเนินการตามแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว มีเครือข่ายการทดสอบ ดังนี้ 1) บริษัทหาดท่องการท่องเที่ยวจำกัด ซึ่งเป็นบริษัทนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง มีความสามารถหลักในการติดต่อประสานงานกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย 2) โรงแรมหาดทองรีสอร์ท เป็นผู้ประกอบการที่พักในพื้นที่อำเภอปากพะยูน ซึ่งเป็นโรงแรมที่มาตรฐานการรองรับการเข้าพักของนักเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากมีความสามารถในการสื่อสารภาษาจีนได้ดีกว่าชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต้องการเข้ากับที่พักที่ได้มาตรฐานการบริการ 3) กลุ่มท่องเที่ยวท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก 4) กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 5) ช่องฟืนรีสอร์ท และ 6) กลุ่มแปรรูปสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่เกาะหมาก



ภาพที่ 4.56 กิจกรรมยกไซปลา

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียได้ทดสอบกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีประมงพื้นบ้าน โดยการยกไซกุ้ง กิจกรรมการทดสอบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นการประสานงานระหว่างธุรกิจนำเที่ยว บริษัทหาดทองการท่องเที่ยว กับเครือข่ายการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ชุมชนเกาะหมาก โดยนำกิจกรรม วิถีประมงพื้นบ้านมานำเสนอกับนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และได้รับความสนุกสนานกับกิจกรรมประมงอนุรักษ์



ภาพที่ 4.57 ฟังเรื่องเล่าไทรโอบรัก



ภาพที่ 4.58 กิจกรรมนั่งรถหนำติดล้อ



ภาพที่ 4.59 กิจกรรมไข่ในหิน





ภาพที่ 4.60 กิจกรรมยกไซ





ภาพที่ 4.61 วัดเกาะโคบ

กิจกรรมการท่องเที่ยวได้ทดสอบกับนักท่องเที่ยวเชื้อสายจีนจากประเทศมาเลเซีย จำนวน 20 คน เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก โดยมีกิจกรรมทั้งโดยทำกิจกรรมทางบกและทางน้ำ นั่งขนำติดล้อ ท่องเที่ยวสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน ล่องเรือ ชมความงามของผาม่านไม้ เกาะคำเหียง ยกไซ จับกุ้ง ที่หาดต่อกัน ชมดวงอาทิตย์ตกที่ ลานยอบ้านแหลมกรวด และ แวะถ่ายภาพที่ ช่องฟันรีสอร์ท ทำไข่ในหิน ไข่เค็ม 5 ของอำเภอปากพะยูน จัดทริปเที่ยว ท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก กรวด หิน รักษ์ ดิน เล บริษัทนำเที่ยวหาดทองการท่องเที่ยว ผู้ร่วมจัดทริป และพานักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวชุมชน

2.ทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กับนักท่องเที่ยวชาวไทย

การทดสอบทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กับนักท่องเที่ยวชาวไทย คณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนทำการทดสอบ ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่นการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล การอนุรักษ์พันธ์ไม้ของชุมชน กิจกรรมการศึกษาดูงานความรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์อื่น ๆ โดยนำเสนอผลการทดสอบกิจกรรมท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์ที่มีการเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กับนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นดังนี้

กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก จัดกิจกรรมปล่อยก่อนกิน เป็นหนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวที่ชุมชนที่ให้ความสำคัญ กับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ในชุมชน จะร่วมปล่อยลูกปลาลูกกุ้งก้ามกราม กลับสู่แหล่งที่จับ เพื่อเป็นการขยายพันธุ์สัตว์น้ำให้เกิดความยั่งยืน ได้ทอดสอบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มองค์การ จำนวน 40 คนเข้ามากิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล



ภาพที่ 4.62 กิจกรรมธนาคารกุ้ง



ภาพที่ 4.63 การปล่อยลูกกุ้ง



ภาพที่ 4.64 สนับสนุนธนาคารกุ้ง



ภาพที่ 4.65 กิจกรรมการสร้างบ้านปลา



ภาพที่ 4.66 นักท่องเที่ยวสร้างบ้านปลา

ส่วนกิจกรรมเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กลุ่ม กลุ่ม กรวด หิน (รักษ์) ดิน เล ได้ร่วมอำเภอปากพะยูน ได้จัดกิจกรรมจดทะเบียนสมรส เพื่อให้ชาวบ้านและแกนนำได้เรียนรู้การประสานงานกับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทาน ในการดำเนินกิจกรรมครั้งนี้ กลุ่ม กลุ่ม กรวด หิน (รักษ์) ดิน เล เป็นแกนนำหลักในการดำเนินงาน โดยได้ประสานกับภาคีเครือข่าย ได้ ส่วนราชการระดับจังหวัดพัทลุง ระดับอำเภอ และ ผู้ประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร กลุ่มล่องแพช่องฟืน ฐานกิจกรรมไทรโอบรักและนักสื่อความหมาย กลุ่มหนำติดล้อ และสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน และชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก โดยการติดต่อประสานงานกับส่วนอื่น ๆ เป็นจำนวนมากในเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยมีท่านรองผู้ว่าราชการจังหวัดพัทลุงมาเป็นประธาน และผู้เข้าร่วมจำนวน 200 คน

คณะผู้วิจัยได้มามีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้ทดสอบกิจกรรมครั้งนี้ร่วมกับ กลุ่ม กรวด หิน (รักษ์) ดิน เล ตำบลเกาะหมาก จังหวัดพัทลุง ตามกิจกรรมจดทะเบียนสมรส ณ ไทรโอบรัก @ บ้านหัวหิน" ณ วันแห่งความรัก 14 กุมภาพันธ์ 2563 ร่วมสร้างเสริมสถาบันครอบครัวและส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอปากพะยูน โดยมีนายสมพร มณีรัตน์ นายอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เป็นประธานในพิธี กิจกรรมสุดพิเศษดังกล่าวประกอบด้วย ลงนามรับรองการร่วมชีวิตคู่ และพิธีมอบใบทะเบียนสมรส โดย นายสมพร มณีรัตน์ นายอำเภอปากพะยูน แต่งชุดไทยเข้าร่วมขบวนแห่มงคล โดยชุมชนได้ออกแบบกิจกรรมหลากหลายเพื่อร่วมยินดี เช่นกิจกรรม Workshop Lovers ร่วมทำของที่ระลึกบันทึกคู่รัก Honeymoon Trip ไปกับขบวนหน้าติดล้อท่องเที่ยวชุมชน โอบรักษ์ธรรมชาติ ณ ดินแดนสุดดิน สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นมงคลชีวิตคู่ พร้อมร่วมงานเลี้ยงฉลองมื้อค่ำบนสายน้ำ ณ ช่องฟืน ล่องแพ สังสรรค์ความรัก และรับของขวัญพิเศษ ช่วงบ่าย 12.00-21.30 น. คู่สมรสและผู้ติดตาม เดินทางสู่บ้านหัวหิน หมู่ 10 ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง เพื่อร่วมกิจกรรมพิเศษ สุดเซอร์ไพรส์ ในวันแห่งความรัก (Valentine's Day)



ภาพที่ 4.67 กิจกรรมจดทะเบียนสมรส ณ ไทรโอบรัก @ บ้านหัวหิน



ภาพที่ 4.68 คู่สมรสณ ไทรโอบรัก



ภาพที่ 4.69 กิจกรรมท่องเที่ยวของคู่สมรส

กิจกรรมการศึกษาดูงานความรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์อื่น ๆ โดยนำเสนอผลการทดสอบกิจกรรมท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์ที่มีการเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ทดลองขยายผลองค์ความรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กับนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงาน โดยกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่ตำบลคูเต่า ต.แม่ทอม อ.บางกล่ำ จ.สงขลา ได้เดินทางมาเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวระดับตำบล โดยใช้ชื่อ C.B.T. Know-how Sharing คูเต่า-เกาะหมาก เป็นการเชื่อมโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (ตอนกลาง) Know-how "รู้-อย่างไร" หรือ ความรู้เชิงขั้นตอน (Procedural knowledge) คือ ความรู้ ทักษะ ความชำนาญ (Skill) ที่นำไปใช้ปฏิบัติได้จริงในกระบวนการการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ตำบลเกาะหมาก คณะมี่มาดูงานจได้องค์ความรู้ของแต่ละชุมชน โดยชุมนสามารถถ่ายทอดแลกเปลี่ยนแบ่งปันกันได้ เพื่อเป้าหมายพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวร่วมกัน โดยการสร้างสายสัมพันธ์เป็นเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสงขลาต่อไป



ภาพที่ 4.70 กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.71 ถอดบทเรียนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กิจกรรมสัญจร กลุ่มท่องเที่ยวบางกล่ำ-คูเต่า ท่องเที่ยววิถีชุมชน ร่วมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (ตอนกลาง) เพื่อถอดบทเรียนเครือข่ายขับเคลื่อนท่องเที่ยวชุมชน ในตำบลเกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง (เมื่อวันที่ 15-16 กุมภาพันธ์ 2563) นำโดยนายชาญวิทูร สุขสว่างไกร และคณะจากชุมชน บ้านหัวนอนวัดคูเต่า พร้อมทีมอาจารย์ที่ปรึกษา จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หลังจากจบกิจกรรม ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) ณ โรงเรียนบ้านเกาะเสือ (เกาะเสือ สคูล สเตย์) ในภาคบ่ายคณะฯได้สัญจรดูงานของกลุ่มเครือข่ายในตำบลเกาะหมาก อาทิเช่น

เดินทางสู่บ้านเขาชัน แวะชมวิว หมู่เกาะสี่เกาะห้า ณ เขาชัน รีสอร์ท ชมภาพบันทึกประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การเสด็จประพาสของ รัชกาลที่ ๕ การนำทุนทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม มาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

เข้าเยี่ยมชม กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิด บ้านเขาชัน ร่วมเวิร์คช็อป ไข่ในหิน สินค้า OTOP เด่นของเกาะหมาก ที่ต่อยอดมาจากอัตลักษณ์เด่นในท้องถิ่น

เดินทางสู่บ้านแหลมกรวด เข้าเยี่ยมชม กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก ดูกิจกรรมการเพาะพันธุ์ลูกกุ้ง เพื่อปล่อยสู่ทะเล การท่องเที่ยว CSR กับวิถีชาวประมง ที่ขับเคลื่อนโดยคนรุ่นใหม่

จากที่กล่าวมาข้างต้นคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนและภาคีเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และรวมถึงส่วนราชการที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนในพื้นที่ได้ทดสอบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของพื้นที่เกาะหมาก อำเภอปากพะยูน โดยคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนประเมินผลโดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

ตารางที่ 4.73 ปัจจัยต้นน้ำ เกาะหมาก อำเภอปากพะยูน

ปัจจัยต้นน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ตำบลเกาะหมากโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลบริเวณหมู่เกาะสี่เกาะห้า	การประเมินผลปัจจัยต้นน้ำของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจึงได้ทำกิจกรรม 3 กลุ่มก็คือกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่ามีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ทะเลสาบบริเวณหมู่เกาะสี่เกาะห้า ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยวจดทะเบียนสมรสพบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้นั่งรถหนำติดล้อไปยังจุดต่างๆที่ทางชุมชนได้จัดขึ้นสอดคล้องกับกลุ่มศึกษาดูงาน ชุมชนนำไปยังจุดแวะต่างๆที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเช่นจุดชมนก ควายน้ำ
แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนเกาะหมากและวิถีประมงพื้นบ้าน	ได้เรียนรู้วัฒนธรรมของชาวบ้านในพื้นที่เกาะหมากที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำประมงอนุรักษ์และการทำอาชีพประมงพื้นบ้าน
โครงสร้างพื้นฐาน	โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ประเมินโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง	โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวกับถนนหนทางมีความสะดวกสบายนักท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะเรื่องท่าเรือที่มีขนาดเล็กเกินไปทำให้ขึ้นลงไม่สะดวก
สิ่งอำนวยความสะดวก	ขาดห้องน้ำในจุดแวะในฐานกิจกรรมและขาดการสื่อความหมายเป็นภาษาจีน	ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆมีความเหมาะสมมีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยจำนวนมากทำให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของชุมชนท่องเที่ยวได้สะดวกมาก

การประเมินปัจจัยกลางน้ำ นักท่องเที่ยวได้ประเมิน ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน และเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวชุมชน ที่ผู้ประกอบการเป็นผู้จัดเตรียมให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฐานกิจกรรมเชื่อมโยงและนักสื่อความหมาย ระบบขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 4.74 ปัจจัยกลางน้ำเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน

ปัจจัยกลางน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน	นักท่องเที่ยวได้ร่วมไปตามเส้นทาง และผลิตภัณฑ์ของท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อไปเรียนรู้ตามฐานกิจกรรมต่างๆในชุมชนท่องเที่ยวทั่วพื้นที่ตำบลเกาะหมากทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้สึกตื่นเต้นและประทับใจต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเนื่องจากไม่มีกิจกรรมเหล่านี้ในประเทศของตนเองโดยเฉพาะกิจกรรมประมงพื้นบ้านการนั่งเรือชมความงามของทะเลสาบสงขลาการได้นั่งรถติดล้อเพื่อไปยังจุดต่างๆทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมวัดและฐานกิจกรรมแปรรูป	การประเมินผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่เกาะหมากได้ทำการประเมินกับนักท่องเที่ยว 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรมจดทะเบียนสมรส ไทรโอบรัก และกลุ่มศึกษาดูงาน กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีความประทับใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ชุมชนได้สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำธนาคารกุ้งและร่วมกันสร้างบ้านปลาและได้ร่วมกิจกรรมกับฐานการเรียนรู้ของชุมชนเช่นการฝึกทำประติมากรรมทรายและกิจกรรมอื่นๆ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรมจดทะเบียนสมรสพบว่ามีผู้เข้าร่วมหลากหลายกลุ่มที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนโดยการนั่งรถยังติดล้อไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนได้จัดทำขึ้นผู้เข้าร่วมมีความประทับใจมากและรู้สึกตื่นเต้นรวมถึงได้รับความสนุกสนานในการเดินทางด้วยวิธีการแปลกใหม่ไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของชุมชน ส่วนกลุ่มสุดท้ายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาศึกษาดูงานได้เข้าไปท่องเที่ยวตามจุดต่างๆของชุมชนตามโปรแกรมเส้นทางที่ชุมชนได้กำหนดขึ้นเพื่อนำความรู้เหล่านี้กลับไปพัฒนาชุมชนของตัวเอง

ปัจจัยกลางน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
ที่พัก	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเมินเรื่องที่พักอยู่ในระดับสูงมากเนื่องจากได้รับการเข้าพักกับโรงแรมหาดทองรีสอร์ท ซึ่งเป็นโรงแรมที่ได้มาตรฐานมีบริการอาหารเช้า ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆครบซึ่งจัดได้ว่าโรงแรมหาดทองรีสอร์ทเป็นที่พักหลักในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ตำบลเกาะหมากที่จะใช้รองรับนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆที่ได้ร่วมกันกับชุมชน	ผลการประเมินของนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงานและกลุ่มที่มาจดทะเบียนสมรส พบว่ามีความพึงพอใจในระดับสูงเช่นเดียวกันเนื่องจากกลุ่มที่มาศึกษาดูงานได้เข้าพัก ณ ที่พักของชุมชนของกลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล ส่วนกลุ่มที่มาจดทะเบียนสมรสได้เข้าพักในที่พักโรงแรมและรีสอร์ทภาคเอกชนในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก
ร้านอาหาร	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจที่ได้รับประทานอาหารพื้นบ้านที่ชุมชนจัดเตรียมไว้ให้ในช่วงการทดสอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชนและรวมถึงได้รับประทานอาหารและร้านอาหารต่างๆในพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ของโรงแรมหาดทองรีสอร์ท โดยภาพรวมมีความประทับใจเรื่องความสดของอาหารจำพวกกุ้งปลา ซึ่งมีรสชาติอร่อยมาก	นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มที่ได้เข้ามาทดสอบมีความประทับใจในเรื่องอาหารที่ชุมชนได้จัดเตรียมไว้ให้มีความอร่อยเนื่องจากว่าใช้วัตถุดิบที่สดใหม่จากทะเลเป็นอาหารที่มาจากกุ้งและปลารวมถึงพืชผักในชุมชนต่างๆที่ได้มาเตรียมไว้รองรับกับนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามพบว่าจำนวนร้านอาหารที่เป็นของภาคเอกชนในพื้นที่เกาะหมากยังมีน้อย
ร้านขายของที่ระลึก	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความเห็นว่าร้านขายของที่ระลึกในพื้นที่เกาะหมากยังมีจำนวนน้อย	ร้านขายของที่ระลึกในพื้นที่เกาะหมากมีน้อย
ฐานกิจกรรมและนักสื่อความหมาย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจต่อฐานกิจกรรมที่ชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมากได้จัดวางระบบไว้เนื่องจากเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่สามารถหาพบเห็นได้โดยทั่วไปอย่างเช่นกิจกรรมประมงพื้นบ้าน กิจกรรมแปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่ในหินและการแปรรูปสินค้าต่างๆซึ่งมีความหลากหลายรวมถึงกิจกรรมการ	นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์มีความประทับใจในฐานกิจกรรมธนาคารกุ้งและการสร้างบ้านปลาในพื้นที่แนวเขตอนุรักษ์ของชุมชนเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีพื้นที่อนุรักษ์และนักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างบ้านปลารวมถึงได้ร่วมกิจกรรมของชุมชนอย่างสร้างสรรค์

ปัจจัยกลางน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
	ท่องเที่ยวนั่งหน้าติดต้องหรือรถจักรยานยนต์พ่วงข้างเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนและที่สำคัญกิจกรรมนั่งเรือเพื่อชมความงามของทรัพยากรทางธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพได้ชมนกน้ำควายน้ำหมูน้ำในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาตอนกลางและชมหมู่เกาะสี่เกาะห้ารวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการเสด็จประพาสต้นของรัชกาลที่ 5	ส่วนนักท่องเที่ยวที่ได้มาร่วมงานจดทะเบียนสมรสใช้อบรักมีความประทับใจต่อกิจกรรมที่ได้จัดทำขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากว่าชุมชนได้เตรียมการเป็นอย่างดี โดยประสานงานกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องและเครือข่ายท่องเที่ยวในชุมชนเกาะหมากรวมถึงกลุ่มที่พักกลุ่มร้านอาหาร การล่องแพช่องฟืน รวมถึงหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องทำให้ชุมชนมีประสบการณ์ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจเป็นอย่างมากและจะเข้ามาท่องเที่ยวอีกในโอกาสต่อไป นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาเรียนรู้ศึกษาดูงานมีความประทับใจเป็นอย่างมากต่อฐานกิจกรรมต่างๆของเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนซึ่งมีความพร้อมและความสมบูรณ์แบบทั้งทั้งฐานกิจกรรมให้ความรู้ฐานกิจกรรมการมีส่วนร่วมกิจกรรมการทำประมงอนุรักษ์รวมถึงฐานกิจกรรมอื่นๆ คาดว่ากลุ่มเป้าหมายเหล่านี้จะนำฐานกิจกรรมกับไปประยุกต์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนของตนเองต่อไป
ระบบขนส่ง	ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความเห็นว่าระบบการขนส่งจะต้องมีการติดต่อประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวคือบริษัทหาดทองการท่องเที่ยวและชื่นชมระบบการขนส่งภายในชุมชนที่ได้นำเรือและรถมาประสานงานให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดีรวมถึงมีความปลอดภัยโดยมีเสื้อชูชีพให้กับนักท่องเที่ยวขณะลงเรือ	ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้ง 3 กลุ่มได้ให้ความเห็นถึงระบบการขนส่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การเดินทางมาเที่ยวในพื้นที่เกาะหมากไม่ได้มีรถประจำทางนักท่องเที่ยวจะต้องนำรถมาเองแล้วก็มาติดต่อประสานงานเพื่อใช้ระบบการขนส่งทางเรือและทางรถในชุมชนเพื่อส่งต่อไปยังฐานกิจกรรมหรือระหว่างชุมชนหรือระหว่างภาคีเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของพื้นที่เกาะหมาก
ธุรกิจนำเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจต่อการบริการการประสานงานของบริษัทหาดทองการ	ไม่ได้ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

ปัจจัยกลางน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
	ท่องเที่ยวจำกัดเป็นอย่างมากเนื่องจากมีความสามารถในการสื่อสารภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและให้บริการนักท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่ได้คาดหวังไว้รวมถึงมีความประทับใจที่กลุ่มธุรกิจภาคเอกชนได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยนำนักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมกิจกรรมหรือใช้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อเป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นหรือชุมชนอย่างแท้จริง	

การประเมินปัจจัยปลายน้ำพื้นที่เกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เป็นการประเมินผลจากการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับและการประเมินความพึงพอใจ การแนะนำต่อ และการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ปัจจัยปลายน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
การประเมินความพึงพอใจ	นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมาก	นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มมีความประทับใจมาก
นักท่องเที่ยวแนะนำต่อ	นักท่องเที่ยวแนะนำต่อ	นักท่องเที่ยวแนะนำให้คนรู้จักได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก
การกลับมาเที่ยวซ้ำ	จะกลับมาเที่ยวซ้ำ	จะกลับมาเที่ยวซ้ำ

พื้นที่กลุ่มวิชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อยจำนวน 2 ครั้ง

1. ทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยได้ทดสอบกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประเทศฝรั่งเศส

การทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อย ได้ทดสอบกับสื่อมวลชนและนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศส คณะผู้วิจัยได้ประสานงานกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศฝรั่งเศษสำนักงานกรุงปารีส โดยการประสานงานกับบริษัท Wild Thailand จำกัด ในการทดสอบครั้งนี้ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อโยงกับ บริษัทนำเที่ยว รถตู้ขนนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ กลุ่มโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และฐานกิจกรรมท่องเที่ยวและนักสื่อความหมาย ร้านจำหน่ายของระลึกของฝากต่าง ๆ สามารถสรุปประเด็นการนำผลิตภัณฑ์ชุมชมเชื่อมโยงกับเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานได้ดังนี้



ภาพที่ 4.72 การทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

คณะนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศสประกอบด้วย สื่อจาก ททท.ปารีส ถึงศูนย์เรียนรู้ข้าวอินทรีย์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว ได้รับการต้อนรับจากคณะทีมงานของกลุ่ม ที่นี่มีกิจกรรมหลากหลายมาก ตั้งแต่นวดเข้าด้วยเท้า สีข้าวด้วยครกสี ตำข้าวด้วยครกไม้ ฝัดข้าวด้วยกระด้ง ยังคงใช้วิถี ดังเดิม ตำเสร็จเอาไปที่ฐานโม่ แล้วแปรรูปเป็นแป้ง และนำแป้งมาแปรรูปเป็นขนมหวาน ชนิดต่างๆ ใกล้ๆกันสามารถลงดำนา หรือเก็บเกี่ยว ถอนกล้า ตามฤดูกาล หรือจะไปดูต้นจากสาคู ที่ภายในลำต้นมีแป้งสาคูเต็มต้น จนแมลงปีกแข็งที่เรียกว่าไอ้หวัง เจาะลงไปวางไข่ เป็นตัวหนอนตามวัยต่างๆ นอนแช่แป้งอยู่ในต้นสาคู คือฝากลูกให้กินบุฟเฟต์แป้งสาคูในลำต้นจนโต เป็นด้วงสาคู จากนั้นค่อยเป็นอาหารของคนอีกทอด

Welcome drink ที่วิชชาลัยรวงข้าวเป็นมะพร้าวน้ำหอมสดจากต้น หลอดดูเป็นก้านราโพ พืชตระกูลไผ่ ไม้ใช้หลอดพลาสติก เที่ยวทุ่งนา มาสไตท์ลูกทุ่ง

เดินทางโดยรถไม้ไปดูวิถีนาข้าวเกษตรอินทรีย์ ที่วิชชาลัยรวงข้าว ควนขนุน พัทลุง นวดข้าวด้วยเท้า สีข้าวด้วยครกสี ตำข้าวด้วยครกไม้ ฝัดข้าวด้วยกระด้ง คงหายากในสังคมชาวนาสมัยใหม่ แต่ยังมีให้เห็นที่ กลุ่มข้าวเกษตรอินทรีย์วิชชาลัยรวงข้าว ควนขนุน พัทลุง



ภาพที่ 4.73 การต้อนรับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.74 การสีข้าวด้วยครกสีข้าวโบราณ



ภาพที่ 4.75 การนวดข้าว การฝัดข้าว



ภาพที่ 4.76 การฝัดข้าว



ภาพที่ 4.77 การขนมจากแป้งข้าวสังข์หยด



ภาพที่ 4.78 การขนส่งนักท่องเที่ยวในชุมชน



ภาพที่ 4.79 การกลิ้งกระจูดในชุมชน



ภาพที่ 4.80 การสานกระจูดในชุมชนทะเลน้อย

2. ทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยได้ทดสอบกับนักเที่ยวชาวไทย กลุ่มศึกษาดูงาน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มวิทยาลัยรวงข้าว โดยคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนพัฒนาศูนย์การเรียนรู้การทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์แบบครบวงจร โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ให้เป็นแหล่งศึกษาดูงานของนักเรียนนักศึกษาและผู้สนใจการทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์ ในครั้งนี้ได้ทดสอบกับกลุ่มนักเรียนจากโรงเรียนมัธยม เพื่อให้ได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้กระบวนการการทำนาข้าวสังข์หยดและกิจกรรมวิถีนารวมถึงกิจกรรมการแปรรูปจากผลิตภัณฑ์แป้งข้าวสังข์หยดให้เป็นขนมต่าง ๆ โดยจัดเป็นฐานการเรียนรู้ในแต่ละจุดให้นักเรียนได้เข้าร่วมลงมือทำในแต่ละจุดเริ่มตั้งแต่การถอนต้นกล้า การดำนา การเก็บเกี่ยวการนวดข้าวการสีข้าวการฝัดข้าวการตำข้าวการนำข้าวมาแปรรูปเป็นแป้งและนำแป้งไปแปรรูปเป็นขนมหรืออาหารต่างๆให้นักเรียนได้ทดลองทำขนมที่สนใจเช่นขนมครก ขนมจาก ขนมพิมพ์ ขนมคุกกี้หรือขนมอื่น ๆ ที่ชุมชนมีความพร้อมในแต่ละฐานการเรียนรู้ในครั้งนี้มีนักเรียนเข้าร่วม 150 คนการทดสอบครั้งนี้จะเน้นที่ฐานกิจกรรมการเรียนรู้และเชื่อมโยงกับระบบห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งภายในและร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึกบริเวณทะเลน้อยโดยนักเรียนนักศึกษาได้เข้ามาศึกษาดูงานเป็นแบบวันเดียวไม่ได้ค้างคืนกับเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานกลุ่มโรงแรมที่พัก



ภาพที่ 4.81 การทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงาน



ภาพที่ 4.82 การทดสอบการสีข้าวด้วยเครื่องสีข้าวแบบโบราณ



ภาพที่ 4.83 การทดสอบการทำขนม



ภาพที่ 4.84 การทำขนมข้าวพองกรอบจากข้าวสังข์หยด

จากที่กล่าวมาข้างต้นคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนและภาคีเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และรวมถึงส่วนราชการที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนในพื้นที่ได้ทดสอบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของพื้นที่กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว และชุมชนทะเลน้อย ตั้งอยู่ในพื้นที่ของตำบลพนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนประเมินผลโดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และให้นักท่องเที่ยวได้เสนอแนะความคิดเห็นต่าง ๆ

ตารางที่ 4.75 ปัจจัยต้นน้ำพื้นที่กลุ่มวิชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อย

ปัจจัยต้นน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติวิถีนา และความงามตามธรรมชาติของทะเลน้อย	การประเมินผลปัจจัยต้นน้ำของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มนักเรียนได้สัมผัสแปลงนาข้าวสังข์หยดขนาดใหญ่ และได้เดินทางไปชมทรัพยากรธรรมชาติบริเวณทะเลน้อย พบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับที่ได้เรียนรู้และได้ร่วมกิจกรรมครั้งนี้
แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวนา และวิถีชุมชนทะเลน้อย	ได้เรียนรู้วัฒนธรรมของชาวบ้านที่วิถีชีวิตการทำนา ได้เห็นเครื่องมือทำงานสมัยโบราณ ซึ่งนักท่องสามารถใช้สิ่งเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี
โครงสร้างพื้นฐาน	โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ประเมินโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก เนื่องจากพื้นที่ทะเลน้อยตั้งอยู่ในเขตพนางตุงมีถนน ไฟฟ้า ระบบน้ำ และความปลอดภัยการเข้าท่องเที่ยวสูง	โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวกับถนนหนทางมีความสะดวกสบายนักท่องเที่ยว
สิ่งอำนวยความสะดวก	ขาดห้องน้ำที่ได้มาตรฐานในจุดแวะในฐานกิจกรรมวิถีนา	ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสมมีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยจำนวนมากทำให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของชุมชนท่องเที่ยวได้สะดวกมาก

การประเมินปัจจัยกลางน้ำ นักท่องเที่ยวได้ประเมิน ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน และเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวชุมชน ที่ผู้ประกอบการเป็นผู้จัดเตรียมให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฐานกิจกรรมเชื่อมโยงและการสื่อความหมาย ระบบขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 4.76 ปัจจัยกลางน้ำพื้นที่กลุ่มวิชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อย

ปัจจัยกลางน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน	นักท่องเที่ยวได้ร่วมไปตามเส้นทาง และผลิตภัณฑ์ของท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อไปเรียนรู้ตามฐานกิจกรรมวิถีการทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์ และรวมถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแป้งข้าวสังข์หยด รวมกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์เคยปลา การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกระจูด ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้สึกตื่นเต้นและประทับใจต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนเนื่องจากไม่มีกิจกรรมเหล่านี้ในประเทศของตนเอง โดยเฉพาะกิจกรรมทำนาและการได้นั่งรถไม้เพื่อไปยังจุดต่างๆทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชน	การประเมินผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้ทำการประเมินกับนักท่องเที่ยว ศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำวิถีนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์ และ
ที่พัก	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเมินเรื่องที่พักอยู่ในระดับสูงมากเนื่องจากได้รับการเข้าพักกับโรงแรมศรีปากประ ซึ่งเป็นโรงแรมที่ได้มาตรฐานมีบริการอาหารเช้า ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบซึ่งจัดได้ว่าโรงแรมศรีปากประเป็นที่พักหลักในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ตำบลพนางตุงและพื้นที่ทะเลน้อยที่จะใช้รองรับนักท่องเที่ยวจากประเทศทวีปยุโรปได้เป็นอย่างดี	ไม่ได้เข้าพัก
ร้านอาหาร	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจที่ได้รับประทานอาหารพื้นบ้านที่ชุมชนจัดเตรียมไว้ให้ในช่วงการทดสอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ของ	ไม่ได้ประเมินเนื่องจากทางโรงเรียนจัดอาหารมาให้นักเรียน

ปัจจัยกลางน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
	ชุมชนและรวมถึงได้รับประทานอาหารและพื้นที่ของโรงแรมศรีปากประและร้านอาหารสี่กัก ซึ่งเป็นร้านอาหารพื้นเมืองโดยภาพรวมมีความประทับใจเรื่องความสดของอาหารจำพวกกุ้งปลาซึ่งมีรสชาติอร่อยมาก	
ร้านขายของที่ระลึก	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความเห็นว่าร้านขายของที่ระลึกในพื้นที่ทะเลน้อยเป็นจำนวนมาก	ร้านขายของที่ระลึกในพื้นที่ทะเลน้อยเป็นจำนวนมาก
ฐานกิจกรรมและนักสื่อความหมาย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจต่อฐานกิจกรรมที่ชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลพนางตุง โดยเฉพาะกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้จัดวางระบบไว้เนื่องจากเป็นกิจกรรมท่องเที่ยววิถีการทำนาและการใช้มือสมัยโบราณเช่น ครกสีข้าวด้วยมือที่ไม่สามารถหาพบเห็นได้โดยทั่วไปอย่างเช่นกิจกรรมวิถีนาข้าวสังข์หยดกิจกรรมแปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเคยปลา แปรรูปกระจูดที่บริเวณชุมชนทะเลน้อย การแปรรูปสินค้าต่างๆซึ่งมีความหลากหลายรวมถึงกิจกรรมนั่งเรือเพื่อชมความงามของทรัพยากรทางธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพได้ชมนกน้ำควายน้ำพื้นที่น้อยได้เห็นบัวแดงและความหลากหลายทางชีวภาพนักเที่ยวมีความประทับมาก ๆ	ความประทับใจต่อฐานกิจกรรมที่ชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลพนางตุง โดยเฉพาะกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวได้จัดวางระบบไว้เนื่องจากเป็นกิจกรรมท่องเที่ยววิถีการทำนาและการใช้มือสมัยโบราณเช่น ครกสีข้าวด้วยมือ การนวดข้าว การตำข้าว การโม่แป้ง การแปรรูปขนม ต่าง ทำให้นักเรียนได้ส่วนร่วมในทุกฐานกิจกรรม และรวมถึงกิจกรรมแปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเคยปลา แปรรูปกระจูดที่บริเวณชุมชนทะเลน้อย การแปรรูปสินค้าต่างๆซึ่งมีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาได้ประเมินว่าได้รับความรู้ ความสนุกสนาน และได้รับประทานขนมต่าง ๆ
ระบบขนส่ง	ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความเห็นว่าระบบการขนส่งจะต้องมีการติดต่อประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวคือบริษัท Wild Thailand และเครือข่ายไกด์นำเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษได้ชื่นชมระบบการขนส่งภายในชุมชนที่ได้รถไม้มารับนักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดีรวมถึงมีความ	กลุ่มศึกษาดูงานครั้งนี้ ได้รถบัสมาจำนวน 3 คัน เป็นการประสานของโรงเรียนโดยตรง ทางชุมชนไม่ได้ประสานงานทำให้ไม่สามารถประเมินระบบการขนส่งได้

ปัจจัยกลางน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
	ปลอดภัยโดยมีเสื้อชูชีพให้กับนักท่องเที่ยวขณะลงเรือ	
ธุรกิจนำเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจต่อการบริการการประสานงานของบริษัท Wild Thailand และเครือข่ายไกด์นำเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ เป็นอย่างมากเนื่องจากมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและให้บริการนักท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่ได้คาดหวังไว้รวมถึงมีความประทับใจที่กลุ่มธุรกิจภาคเอกชนได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยนำนักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมกิจกรรมหรือใช้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อเป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นหรือชุมชนอย่างแท้จริง	ไม่ได้ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

การประเมินปัจจัยปลายน้ำพื้นที่กลุ่มวิชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อย เป็นการประเมินผลจากการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับและการประเมินความพึงพอใจ การแนะนำต่อ และการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ปัจจัยปลายน้ำ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
การประเมินความพึงพอใจ	นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมาก	นักท่องเที่ยวศึกษาดูงานมีความประทับใจมาก
นักท่องเที่ยวแนะนำต่อ	นักท่องเที่ยวแนะนำต่อ	นักท่องเที่ยวแนะนำให้คนรู้จักได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นทีกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวและชุมชนทะเลน้อย
การกลับมาเที่ยวซ้ำ	จะกลับมาเที่ยวซ้ำ	จะกลับมาเที่ยวซ้ำ

สรุปโดยภาพรวมการทดสอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

คณะผู้วิจัยได้ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยใช้การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ประเด็นดังนี้

1.ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการไหลทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในคุณค่าได้รับจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านกายภาพในภาพรวม ด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับ “มาก” ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความสวยงาม ความเหมาะสมของ ภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น ทรัพยากรทางธรรมชาติที่ยังคงความอุดม เมื่อพิจารณาความพึงพอใจอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ควรปรับปรุงในระบบการขนส่งมวลชนเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกสถานที่ระยะทางและข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังมีประเด็นเรื่องการเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่ม ในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดพัทลุง ที่มีร้านค้า ร้านอาหารเพื่อบริการนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย ร้านค้าปลีก ในเขตชุมชนมีน้อย

2.ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการไหลของสารสนเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในคุณค่าได้รับจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการไหลของสารสนเทศในภาพรวม อยู่ในระดับ “ปานกลาง” ในพื้นที่เกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เมื่อพิจารณาความพึงพอใจควรปรับปรุง ดังนี้คือ ควรมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว การนำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แผ่นพับ เว็บไซต์ ข้อมูลด้านการเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่ม ข้อมูลข้อมูลด้านที่พัก เป็นต้น ส่วนอำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง เมื่อพิจารณาความพึงพอใจควรปรับปรุงข้อมูลด้านการไหลของสารสนเทศ ในส่วนของข้อมูล ควรพัฒนาข้อมูในเว็บไซต์อย่างเป็นทางการให้ข้อมูลเป็นปัจจุบัน ถูกต้อง ค้นหาข้อมูลได้ง่าย และสะดวก โดยการนำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แผ่นพับ เว็บไซด์ ข้อมูลด้านการเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่ม ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลด้านที่พัก ข้อมูลการเดินทาง เป็นต้น

3.ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในภาพรวม อยู่ในระดับ “ปานกลาง” เมื่อพิจารณาความพึงพอใจพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากมีความสวยงามตามธรรมชาติ สถานที่จอดรถที่เพียงพอ มีระบบสัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น แต่ควรปรับปรุงห้องน้ำ-ห้องสุขาที่สะอาด/ เพียงพอ/ สะดวกต่อการใช้งาน มีการบริการทางสาธารณสุข หรือสถานพยาบาล และ สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม,น้ำใช้,โทรศัพท์สาธารณะ)

4.ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการเงิน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในด้านการเงินในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าคุ้มกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีความเหมาะสม เมื่อพิจารณาความพึงพอใจพบว่า ในพื้นที่จังหวัดพัทลุง อยู่ในระดับ “มาก” ส่วนประเด็นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง ได้แก่ นักท่องเที่ยวมาเลเซีย นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป ได้เสนอแนะเรื่องควรจุดแลกเปลี่ยนเงินตราสำหรับนักท่องเที่ยว การบริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM) ยังไม่เพียงพอ ในพื้นที่ชุมชนหลัก ๆ ที่เป็นท่องเที่ยว

5.ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านฐานกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อ

องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในด้านการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับ “มาก” โดยประเด็นด้านฐานกิจกรรมที่มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว มีฐานกิจกรรมที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น วิถีนาข้าวอินทรีย์ วิถีประมงพื้นบ้าน เป็นต้น และมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือนักสื่อความหมายนำเสนอเรื่องราวที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว แต่ควรมีมัคคุเทศก์ที่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ด้วย

4.4 แนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

การสร้างเครือข่ายและกลไกเพื่อกลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

การพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลไกการพัฒนาถือเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีความจำเป็นต้องสร้างขึ้นมาในพื้นที่ให้ได้ เพราะกลไก เป็นฟันเฟืองตัวหลักในการทำงานเป็นวิธีการทำงานที่ต้องอาศัยพื้นฐานการมีส่วนร่วมของคน ที่ต้องมาทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย กลไก เป็นรูปแบบความร่วมมือกันทำงาน เพื่อสร้างระบบการพัฒนานำไปสู่การเปลี่ยนแปลง การท่องเที่ยวโดยชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

กลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่ถูกสร้างขึ้นจากกระบวนการวิจัยในครั้งนี้ ได้ดำเนินการในระดับชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยคัดเลือกพื้นที่ทะเลสาบสงขลาตอนกลาง และพื้นที่ทะเลสาบตอนบนทำการศึกษา ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีขนาดใหญ่ จึงทำการศึกษาในระดับพื้นที่บางส่วน หากได้ผลการวิจัยจะสามารถนำไปขยายผลต่อไป

ได้เริ่มต้นจากเวทีการประชุมกลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีภาคีเครือข่ายที่สำคัญ ดังนี้ สำนักงานการท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดพัทลุง สมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวพัทลุง ส่วนราชการอำเภอปากพะยูน อำเภอควนขนุน เทศบาลตำบลพนางตุง องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก ผู้ประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝากของที่ระลึก และคณะนักวิจัย รวมถึงภาคีเครือข่ายภาคประชาชนที่สนใจเรื่องการพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปลัดสมยศ จิตเที่ยง ปลัดอาวุโสอำเภอปากพะยูน และนายประดิษฐ์ จาริยะ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมากเข้าร่วมรับฟังทิศทางขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสู่ตำบลเกาะหมากร่วมกับกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวในตำบลเกาะหมาก ทั้ง 11 หมู่บ้านซึ่งมีทั้งกลุ่มหลัก และกลุ่มย่อย ที่ร่วมขับเคลื่อนอยู่ ในนามของ"เครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอปากพะยูน โดยการส่งเสริมองค์ความรู้จากกระบวนการงานวิจัย (สกสว.) นำโดย ผศ.ดร.ชัยรัตน์ จุสปาโล (มทร.ศรีวิชัย) ซึ่งลงพื้นที่เกาะติด ติดตาม มาแล้วหลายปี จนกระบวนการวิจัยเดินทางเข้าสู่ ประเด็นของการประชุม วันนี้คือ การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนกับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวใน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง



ภาพที่ 4.85 ประชุมเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก

ตลอดระยะเวลา 1 ปี ของโครงการวิจัยครั้งนี้ ได้ออกแบบกระบวนการวิจัยแบบส่วนร่วม และนำไปสู่การสร้างกลไกการพัฒนา ที่มีความเป็นมาดังนี้ กล่าวคือในกิจกรรมการวิจัย ได้ดำเนินงานงานโดยเฉลี่ยมีการพบกลุ่มในภาคีเครือข่าย โดยเฉลี่ย 2 เดือนละ 1 ครั้ง กิจกรรมการวิจัยที่ได้ออกแบบไว้ก่อให้เกิดการพัฒนากลไกและการสร้างเครือข่าย ซึ่งเป็นรูปแบบความร่วมมือในการทำงานซึ่งได้นำมาประยุกต์กับพื้นที่บริเวณเกาะหมากและพื้นที่ตำบลพนางตุงบริเวณทะเลน้อย เพื่อให้เกิดการพัฒนาเพื่อรองรับการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยจะนำแนวคิดนี้เข้ามาขับเคลื่อนเพื่อการการพัฒนาเชิงพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบต่อไป ซึ่งมีการพึ่งพาอาศัยร่วมกัน การทำงานเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เครือข่ายที่เกิดขึ้นได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนงานต่างๆ ซึ่งมีความพร้อมที่จะ

ช่วยเหลือซึ่งกันและกันไม่ว่าจะเป็นการที่รวบรวมผู้คนเข้ามาทำงานร่วมกันโดยอาศัยความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานดังนี้

คณะผู้วิจัยร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ตำบลพนางตุงบริเวณทะเลน้อย ได้ร่วมกันพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พร้อมกันนี้ได้จัดทำกระบวนการเพื่อการนำไปสู่เป้าหมายจากลงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถพัฒนาแนวทางกลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบดังนี้ 1) วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 2) การปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือการปรับตัวต่อเปลี่ยนแปลง 3) การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว 4) การสร้างความรู้และเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 5) กลไกและเครือข่ายนำไปสู่การจัดการ

1. วิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วม

กระบวนการจัดการทั่วไป ต้องเริ่มต้นด้วยการตั้งเป้าหมาย ตามด้วยการคิดเรื่องที่ทำหรือเรียกว่า กลยุทธ์ ต่อมาการกลยุทธ์ต่างๆ เหล่านี้นำไปสู่การปฏิบัติ และประการสุดท้ายจะต้องติดตามและประเมินผล ดังนั้นที่ประชุมกลุ่มย่อยมีความเห็นตรงกันว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเริ่มต้นจาการกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกันในระดับแต่ละชุมชนท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งจะต้องคำนึงถึงเรื่องสำคัญ 3 ประการ รายได้ สังคม และสิ่งแวดล้อม การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อลดดำเนินการไปกระจายความเท่าเทียมให้กับคนในสังคม ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้ลงไปสู่ชุมชน ใช้การท่องเที่ยวสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิด ทำให้ผู้คนบริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเกิดภูมิใจในถิ่นฐานพื้นที่ชุมชนของตัวเอง การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องอยู่บนพื้นฐานอัตลักษณ์ จิตวิญญาณต้องคงอยู่และธุรกิจท่องเที่ยวต้องตกอยู่ในมือของคนท้องถิ่นหรือชุมชน

การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกัน โดยที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา บริเวณพื้นที่จังหวัดพัทลุง ต้องการนำเสนอการท่องเที่ยวด้วยต้นทุนทางธรรมชาติในแนวคิด เขา ป่า นา เล และที่ประชุมส่วนใหญ่มีความเห็นร่วมกันในการกำหนดวิสัยทัศน์และสร้างเป้าหมายร่วมกัน เพื่อเป็นทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนนำไปสู่ความอย่างยั่งยืน โดยหลักยึดที่เป็นวิสัยทัศน์ควรเป็นดังนี้ 1) ชุมชนได้เรียนรู้ ก่อให้เกิดความเข้มแข็งและสามัคคี 2) การกระจายรายได้ พัฒนาเศรษฐกิจลงสู่ฐานราก และ 3) สมดุลระหว่างรายได้ สิ่งแวดล้อม ชุมชนมีความสุข อัตลักษณ์และทรัพยากรท้องถิ่นได้รับผลกระทบน้อย

โดยมีเป้าหมายต้องการเห็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่มีเป้าหมายร่วมกันทั่วทุกชุมชนได้แก่ 1) การเติบโตอย่างยั่งยืน 2) รายได้เพิ่มขึ้น 3) กระจายได้สู่ท้องถิ่น 4) การดูแลสิ่งแวดล้อม 5) การท่องเที่ยวสมดุลตลอดปี 6) นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพอใจ เป้าหมายเหล่านี้จะสอดคล้องกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

2. การปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือการปรับตัวต่อเปลี่ยนแปลง

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีรูปแบบพัฒนาการจากหลากหลายรูปแบบโดยส่วนใหญ่แล้วจากการลงพื้นที่สำรวจชุมชนท่องเที่ยวพบว่าชุมชนเริ่มดำเนินการด้วยตนเอง เกิดจากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐหรือองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามาส่งเสริมหรือหนุนเสริม รวมทั้งปัจจุบันพบปรากฏการณ์ใหม่ เช่นคนรุ่นใหม่ที่เป็นนักลงทุนที่อยู่ในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเองโดยต่อยอดจากฐานทรัพยากรทางธรรมชาติหรือวิถีชีวิตในชุมชนของตนเองโดยเฉพาะการนำภูมิทัศน์ทางการเกษตร ทางการประมงหรือสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนำมาสร้างสรรค์และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างถิ่นได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนหลายพื้นที่ได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดในเรื่องการจัดการท่องเที่ยว แต่โดยภาพรวมพบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนยังจำเป็นจะต้องมีการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของชุมชนที่ชุมชนต้องปรับแนวคิดการปรับตัวต่อเปลี่ยนแปลง จากข้อมูลของ ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ โดยการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยว จำนวน 11,026 คน จาก 22 ประเทศ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย และประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ภายในช่วงเวลา 2 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวไทยกว่าร้อยละ 79 ที่เดินทางโดยสารเครื่องบินเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยวเป็นจำนวนสูงถึง 5 ครั้งต่อคนต่อปี ส่วนประเทศเพื่อนบ้านอย่าง มาเลเซียและสิงคโปร์มีเพียงร้อยละ 65 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไทยและ มาเลเซีย, สิงคโปร์ เป็นตลาดสำคัญของชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา นอกจากนี้ ผลสำรวจเพิ่มเติมอื่น ๆ ยังแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไทยมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาติอื่นอย่างชัดเจนในเรื่องวัฒนธรรม วิถีการใช้ชีวิต มารยาท สังคมและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ สอดคล้องการสำรวจของเอ็กซ์พีเดีย ระบุว่า ข้อมูลจากการสำรวจและศึกษาครั้งนี้ชี้ชัดว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ทำเลที่ตั้ง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางหลักในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศต่าง ๆ ทั้งในและนอกภูมิภาค ซึ่งเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้อย่างสะดวกสบาย

ข้อมูลที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ชุมชนต้องนำปรับกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยหลงใหลการใช้เทคโนโลยีจนเหมือนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต แม้แต่บนเครื่องบินก็มักจะเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องมีโทรศัพท์มือถือและหูฟังติดตัวระหว่างการเดินทางไปด้วยตลอด

นอกจากนี้ยังพบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวคนไทยเลือกทำมากที่สุดระหว่างการเดินทาง 5 อันดับแรกคือ การนอนพักผ่อน ซึ่งมากถึงร้อยละ 57.1 รองลงมาคือการฟังเพลงร้อยละ 41.9 การรับประทานอาหาร ร้อยละ 36 การอ่านหนังสือ/นิตยสารร้อยละ 31.7และการเล่นอินเทอร์เน็ตร้อยละ 26.5 และหากต้องเดินทางที่บินนานกว่า 10 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกการนอนหลับมากถึงร้อยละ 77 ในขณะที่การเลือกใช้ระบบความบันเทิงภายในเครื่องบินมีร้อยละ 56 และรับประทานอาหารร้อยละ 52

แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นเลือกโทรศัพท์มือถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดมากถึงร้อยละ 54 และหูฟังร้อยละ 37.9 โดยมีน้ำตามมาเป็นอันดับสามร้อยละ 37.2 และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันดับสุดท้ายเพียง

จากที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นประเด็นหนึ่งที่ชุมชนท่องเที่ยวจะต้องปรับแนวคิดและจำเป็นจะต้องศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งโดยส่วนใหญ่ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอาศัยอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ และในวันนี้เองพบว่ามีกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างภาคเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบเพิ่มมากขึ้นนอกจากนี้ยังพบว่ามีนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ได้เดินทางเข้ามาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบโดยเฉพาะบริเวณจังหวัดพัทลุงเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ดังนั้นกระบวนการในการพัฒนากลไกและเกิดข่ายเพื่อนำไปสู่การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ทะเลสาบสงขลา โดยการปรับตัวของชุมชนเองจะต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดในเรื่องการบริหารการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งมากและมีการทำงานเป็นแบบมืออาชีพมากขึ้น

การปรับเปลี่ยนแนวคิดครั้งนี้จะช่วยกระตุ้นให้ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนหันกลับมาให้ความสำคัญกับ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้คนในชุมชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่อยู่ในชุมชนเพื่อในอนาคตจะได้นำฐานทรัพยากรทั้ง 2 ประการดังกล่าวข้างต้นเพื่อนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชน ในอนาคตชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จะได้นำแนวคิดเรื่องท่องเที่ยวชุมชนเข้ามาเป็นเครื่องมือในการสร้างฐานเศรษฐกิจให้กับชุมชนทเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ สร้างรายได้และนำความภาคภูมิใจมาสู่ชุมชนของตัวเองก่อให้เกิดความอยู่ดีมีสุขของคนในชุมชน

3. การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรพัฒนาศักยภาพของคน ชุมชน และองค์การที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายการท่องเที่ยว อยู่บนหลักการการมีส่วนร่วม

1.ศักยภาพของคนต้องเริ่มที่คนในชุมชนจะต้องรู้รากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อนเพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้มีความสามัคคีทำงานร่วมกันได้ โดยพัฒนาศักยภาพของคน โดย นำความรู้ ทักษะ และความสามารถที่เกี่ยวข้องเรื่องการจัดการท่องเที่ยว โดยเข้าร่วมรับฟัง การบรรยาย การอบรม สัมมนา การศึกษาดูงาน และชุมชนท่องเที่ยวต้องสื่อสารกันเองในชุมชน และกับสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่เข้าในชุมชนของตนเองได้ ในรอบระยะเวลา 1 ปี กิจกรรมการวิจัยได้ออกแบบกิจกรรมการวิจัยเพื่อรองการพัฒนาศักยภาพของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาหลายครั้ง ทั้งเวทีเสวนาทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การบริการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน และการนำคณะไปศึกษางานในพื้นจังหวัดสตูลและจังหวัดสงขลาหลากหลายชุมชน

2.ชุมชนต้องร่วมกันค้นหาและพัฒนาทรัพยากรของพื้นที่ หมายถึงทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมาคนในชุมชนจะต้องรู้จักต้องรักและห่วงแหนและเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตนเองสามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืนทั้งนี้ชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการจัดการในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

3.การมีส่วนร่วมการสื่อสารพูดคุยเป็นการสื่อความเห็นการจบปัญหารวมถึงการแก้ปัญหาต่างๆจากการระดมความคิดเห็นจากประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้องในท้องถิ่นพบว่าชุมชนที่จัดให้มีเวทีการพูดคุยร่วมกันคิดร่วมวางแผนดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการทำงานสร้างกฎระเบียบของชุมชนด้านต่างๆเพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม

4. การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว

การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว โดยชุมชนท่องเที่ยวจะต้องเข้าใจภาพรวมของการท่องเที่ยว ดังนี้ ก่อนการท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว

ก่อนการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน ชุมชนจะต้องรู้จักพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปต้องทราบกลุ่มของนักท่องเที่ยวประเภทของนักท่องเที่ยวเช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะเรื่องหรือกลุ่มศึกษาดูงาน รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความต้องการเฉพาะแตกต่างกันไปตามประเด็นที่นักท่องเที่ยวสนใจ ต่อมาชุมชนต้องเที่ยวจะต้องทราบวิธีการในการบอกให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงแหล่งที่ตั้งของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยต้องรู้จักวิธีการสื่อสารระหว่างชุมชนเที่ยวกับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ให้สอดคล้องกับบริบทของเทคโนโลยีที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน การใช้โทรศัพท์มือถือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ชนิดต่างๆ ที่ชุมชนสามารถดำเนินการได้เองในปัจจุบันเพื่อที่จะบอกเล่าถึงจุดเด่นหรือจุดขายของชุมชนที่มีอยู่ในกิจกรรมเส้นทางโปรแกรมหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ได้กำหนดขึ้น

ในระหว่างการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยวจะต้องใช้หลักการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการให้บริการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ถ้าหากชุมชนมีความพร้อมในเรื่องการบริการก็สามารถจัดการบริการแบบองค์รวมให้กับนักท่องเที่ยวได้ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยวต่างๆรวมไปถึงที่พักร้านอาหาร ระบบการขนส่งภายในชุมชน ของฝากของที่ระลึกต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามหากพบว่าชุมชนท่อง เที่ยวยังไม่พร้อมในบางเรื่องก็อาจจะต้องประสานงานกับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงยกตัวอย่างเช่นชุมชนมีกิจกรรม มีฐานการเรียนรู้ แต่ชุมชนไม่ได้มีร้านอาหารที่มีมาตรฐานหรือมีที่พักที่สะดวกสบาย ชุมชนก็จะต้องประสานงานกับร้านอาหารใกล้เคียงในพื้นที่รวมถึงที่พักโรงแรมต่างๆ ที่อยู่ใกล้กับชุมชนเพื่อให้สามารถเดินทางเข้าไปในชุมชนได้อย่างสะดวก ถือว่าเป็นการประสานงานร่วมกันระหว่างผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนกับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

หลังการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ชุมชนจะต้องเรียนรู้และมีการจัดการด้วย เนื่องจากว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องสร้างชื่อเสียง สร้างความประทับใจที่เกิดจาการท่องเที่ยว กระบวนหลังการท่องเที่ยวจะนำไปสู่เรื่องของการบอกต่อ ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำหรือหมายถึงนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวแล้วจะได้กลับเข้ามาเที่ยวใหม่อีกครั้งหรือบอกพรรคพวกเพื่อนฝูงให้ได้รู้จักกับชุมชนท่องเที่ยวที่ตนเองเคยเดินทางไปท่องเที่ยวมา ให้เข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ เนื่องจากว่ามีความประทับใจ มีจุดเด่น มีความตื่นเต้นในกิจกรรมหรือเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ได้กำหนดขึ้น

4.การสร้างความรู้และเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน

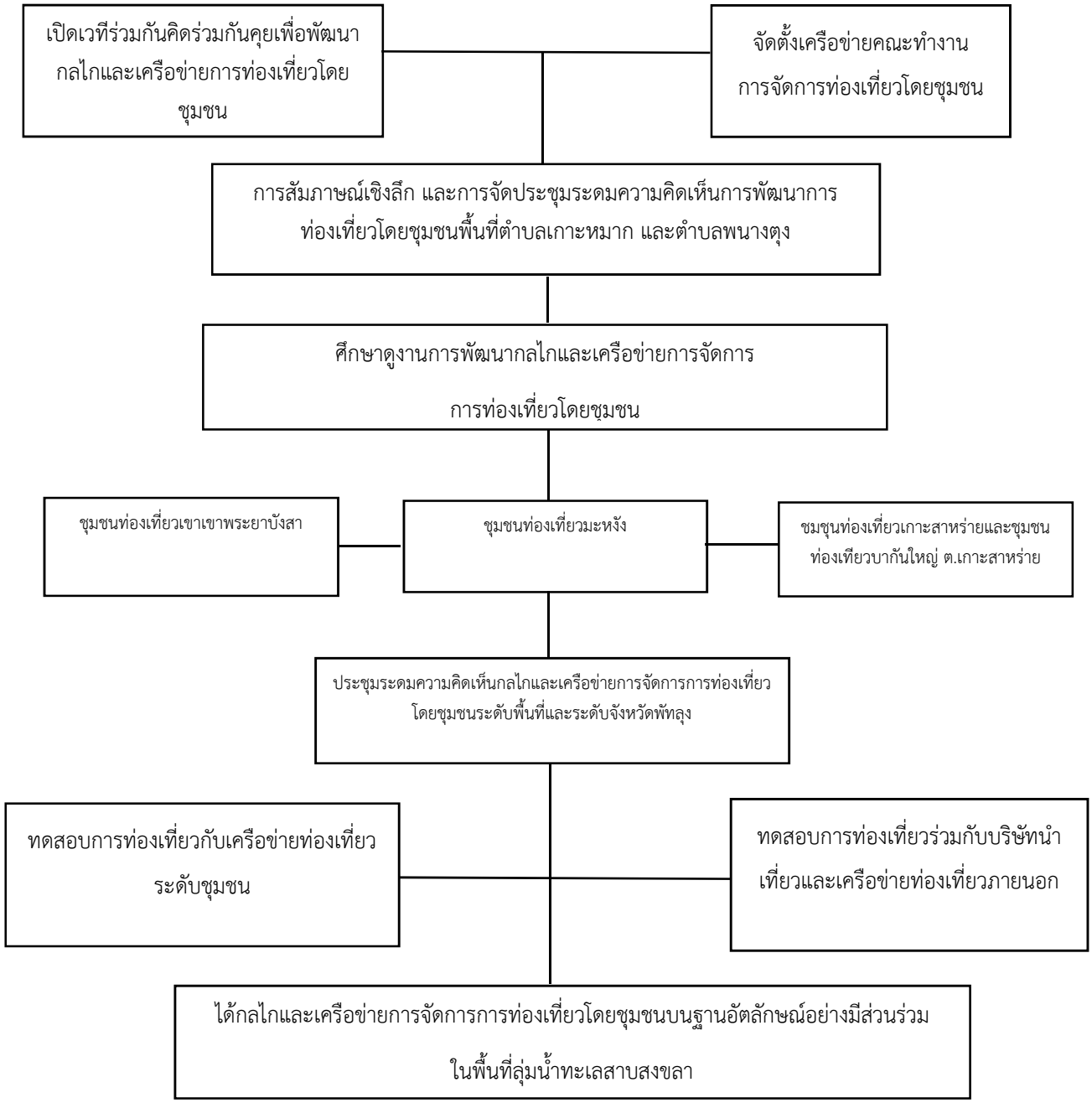
การพัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต้องให้สำคัญกับการวิจัยเพื่อสร้างความรู้ จัดการระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานพัฒนา และเรียนรู้ร่วมกัน

พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเชิงพื้นที่ เอาพื้นที่เป็นตัวตั้งในการทำงาน โดยการทำงานร่วมกัน ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตัวจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการวิจัย เช่น ผลการวิจัยที่ได้ในแต่ระยะหรือแต่ละกิจจกรรมนำไปสู่ ภาคปฏิบัติเป็นระยะ ๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น ผลการวิจัยเกี่ยวข้องกับฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน ข้อมูลชุดนี้ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา แม้ว่าจะมีการรวบรวมข้อมูลโดยภาพรวมในระดับอำเภอและทางองค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลควรจัดทำฐานข้อมูลให้ทันสมัยเป็นระบบ และนำข้อมูลเหล่านี้มาจัดทำเป็นฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป ที่จะใช้จัดการกับเรื่องสำคัญของพื้นที่เพื่อนำไปสู่การพัฒนา เป็นการทำงานเพื่อไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

แนวคิดหลักของการทำงานที่เน้น ความร่วมมือ และ การเรียนรู้ร่วมกัน เน้นการทำงานแบบเสริมแรงกันระหว่างคนที่มีจุดแข็งแตกต่างกัน กล่าวคือ ชาวบ้านและเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความมุ่งมั่นพร้อมจะลงแรงทำ หน่วยงานและองค์กรปกครองท้องถิ่นมีงบประมาณ นักพัฒนาเอกชนถนัดการวิ่งประสานงานข้ามตำบลอำเภอ นักวิชาการถนัดการวิเคราะห์ เป็นต้น การเปิดพื้นที่เพื่อดึงทุกฝ่ายให้ทำงานร่วมกันได้จะทำให้สามารถใช้จุดเด่นจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาเสริมแรงซึ่งกันและกัน และทำให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีพลังมากกว่าปล่อยให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดทำเพียงลำพัง การทำงานเชิงพื้นที่ เป็นการทำงานในแนวราบคือ เสริมให้เกิดการรวมกำลังของหน่วยงานที่ทำงานในแนวดิ่งและภาคส่วนต่างๆ ที่ต่างคนต่างอยู่ให้เข้ามาทำงานร่วมกันได้ เครื่องมือสำคัญในการรวมพลังให้เกิดการเสริมแรงกันได้นี้ คือข้อมูลและการเรียนรู้ร่วมกันที่นำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน

5.กลไกและเครือข่าย นำไปสู่การจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การประชุมเครือข่ายตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาคณะผู้วิจัยได้ใช้กิจกรรมวิจัยเป็นเครื่องในการสร้างกลไกและกระชับความสัมพันธ์ของภาคีเครือข่ายให้เหนียวแน่นขึ้นโดยมีขั้นตอนการดำเนินการเป็นดังนี้กิจกรรมการวิจัยที่มีส่วนสร้างพัฒนากลไกและเครือข่าย นำไปสู่การจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีกิจกรรมการวิจัยที่พัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นดังนี้



ภาพที่ 4.86 กิจกรรมการวิจัยที่พัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

รายละเอียดในการพัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ในพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ตำบลพนางตุง

1.ติดต่อประสานงานกับส่วนราชการระดับอำเภอและผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกพื้นที่

2.จัดตั้งผู้ประสานงานด้านการวิจัยแยกพื้นที่แต่ตำบลตามชุมชนท่องเที่ยว

3.ลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยวแยกตามพื้นที่ของชุมชนท่องเที่ยว

4.ประชุมระดมความคิดเห็นแนวทางการสร้างกลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5.ตั้งเครือข่ายและคณะทำงานวิจัยร่วมระหว่างนักวิจัยกับภาคีเครือข่ายในการพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบตอนกลางและตอนบน บริเวณพื้นที่ตำบลเกาะหมากและตำบลพนางตุง

6.จัดประชุมกลุ่มและสำรวจ (field survey) โดยทำการสำรวจผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ แกนนำชุมชน และชาวบ้าน

7.นำผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ในเรื่องการประเมินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคืนให้แต่ละชุมชนได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์จัดการท่องเที่ยวของชุมชนตนเอง

8.สัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ของชุมชนท่องเที่ยว

9.สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่ให้บริการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มบริการอาหาร กลุ่มที่พัก กลุ่มท่องเที่ยวและกิจกรรม กลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยว และถามความคิดเห็นแนวทางสำหรับการเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชน

10.สัมภาษณ์เชิงลึกและสอบถามนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อศึกษาประสิทธิภาพภายในการจัดการของแต่ละชุมชนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการการท่องเที่ยว

11.จัดกลุ่มรูปแบบการท่องเที่ยวและคัดเลือกพื้นที่ที่มีความพร้อมใน 2ตำบล เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โปรแกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว (Core Attractive) เพื่อเป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเมืองท่องเที่ยว

12.ศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ภายในพื้นที่จังหวัดสตูล เพื่อนำประสบการณ์มาพัฒนาการวางระบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

13.จัดกิจกรรมทดสอบการท่องเที่ยวระหว่างชุมชน และทดสอบนำร่องทดลอง เส้นทาง โปรแกรม และรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับแต่ละชุมชน

14.พัฒนากลไกและเครือข่ายเพื่อนำไปเชื่อมโยงกับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว (Tourism value chain) ที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและสังคม ประกอบด้วยผู้ประกอบการที่ให้บริการท่องเที่ยว ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และชุมชนท่องเที่ยว

ปัจจุบันพบว่าภาคีเครือข่ายต้องการพัฒนาเพิ่มอีกหลายเรื่องเช่นภาคีเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนยังขาดการทำงานบูรณาการที่ปฏิบัติร่วมกันกับเครือข่ายของภาคธุรกิจในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และที่สำคัญคือให้แต่ละชุมชนสามารถติดต่อประสานงานส่งต่อระบบการจัดการการท่องเที่ยวไปสู่ชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเนื่องจากว่าแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในชุมชนดังนั้นชุมชนควรที่จะร่วมคิดร่วมทำร่วมรับผลประโยชน์กับชุมชน เครือข่ายธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

จากการดำเนินตามรายละเอียดในการพัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ในพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ตำบลพนางตุง การสร้างกลไกและเครือข่ายที่จะไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ส่วน ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยว ส่วนราชการ เครือข่ายธุรกิจในชุมชนและนอกชุมชน และหน่วยงานสนับสนุนทางวิชาการ

1.ชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ตารางที่ 4.77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลากับกลไกและเครือข่าย

เกณฑ์	**ชุมชนบ้านช่องฟืน**	**กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว**	**ชุมชนทะเลน้อย**	**กลุ่มกรวดหิน รักษ์ดิน เล**	**ชุมชนเกาะเสือ**	**กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน**	**ท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก**
ชุมชนท่องเที่ยวอื่นรอบ ๆ	√	√	√	√	√	√	√
ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง	√	√	√	√	√	√	√
เครือข่ายธุรกิจในชุมชนและนอกชุมชน	√	√	√	√	√	√	√
หน่วยงานสนับสนุนทางวิชาการ	√	√	√	√	√	√	√
บทบาทของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	√	√	√	√	√	√	√

หมายเหตุ
สัญลักษณ์ **√** มีการประสานดำเนินงานร่วมกัน
สัญลักษณ์ **–** ไม่มีการประสานดำเนินงานร่วมกัน

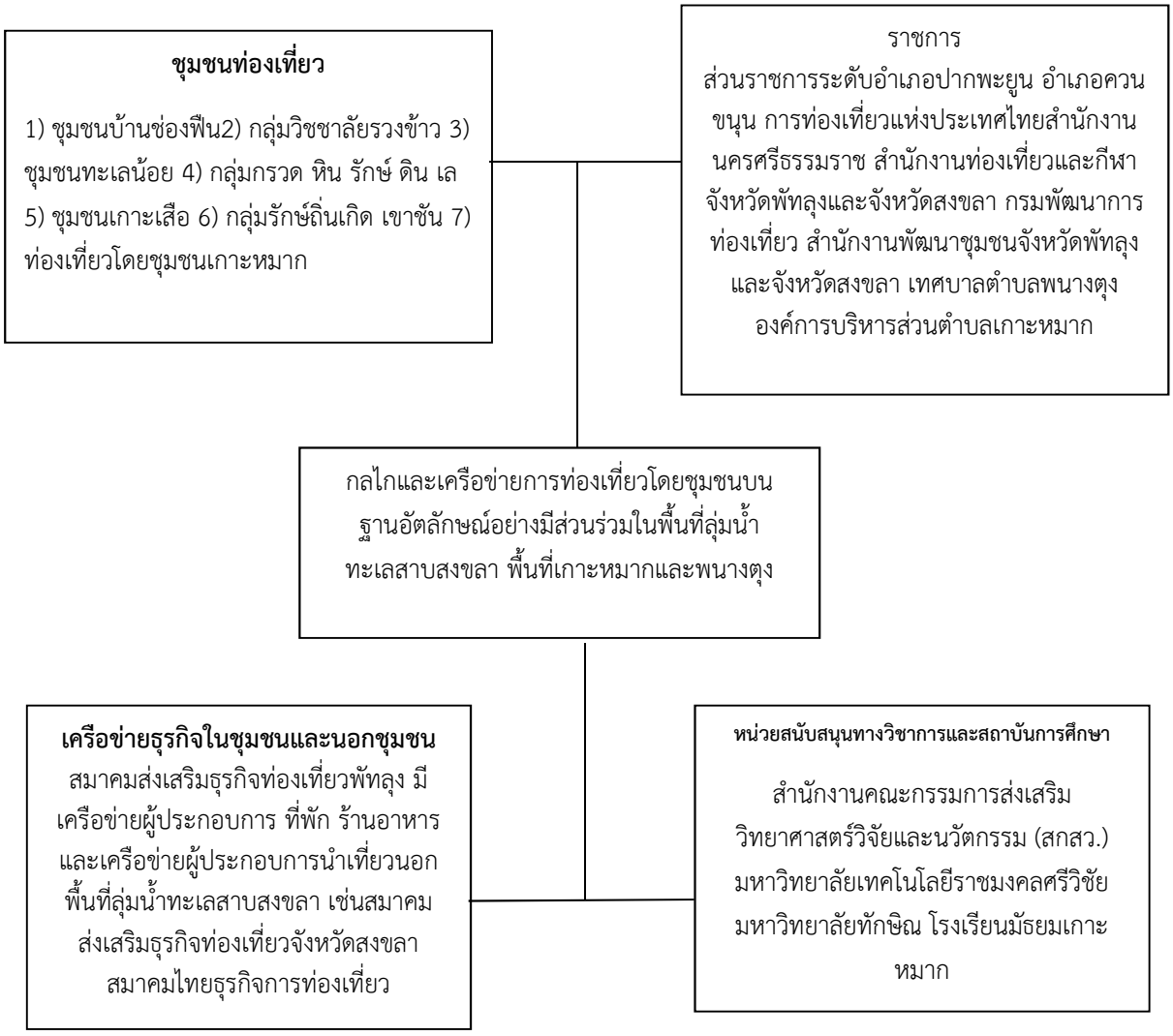
2.ส่วนราชการ

ส่วนราชการประกอบด้วย ส่วนราชการระดับอำเภอปากพะยูน อำเภอควนขนุน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา กรมพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา เป็นต้น ส่วนหน่วยงานระดับพื้นที่ประกอบไปด้วยเทศบาลตำบลพนางตุง องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก

3.ภาคเอกชน

ภาคเอกชนประกอบด้วยสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวพัทลุง มีเครือข่ายผู้ประกอบการ ที่พัก ร้านอาหาร และเครือข่ายผู้ประกอบการนำเที่ยวนอกพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เช่นสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นต้น

4.สถาบันการศึกษาและ หน่วยงานวิจัย ประกอบไปด้วย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มหาวิทยาลัย วิทยาลัยอาชีวะ และโรงเรียน



ภาพที่ 4.87 ตัวแบบกลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กลไกที่สำคัญที่สร้างขึ้นนี้ ปัจจุบัน กลายเป็นเครือข่ายในการพัฒนา โดยเกิดจากผลการวิจัยที่ได้ในแต่ระยะ หรือแต่ละกิจจกรรมนำไปสู่ ภาคปฏิบัติเป็นระยะ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น ผลการวิจัยเกี่ยวข้องกับฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของแต่ละตำบล ข้อมูลชุดนี้ได้ถูกรวบรวมไว้แล้วชุมชนและหน่วยงานราชการระดับพื้นที่จะต้องนำข้อมูลเหล่านี้มาจัดทำเป็นฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า ตลอดระยะเวลาในโครงการวิจัยนี้ ที่ได้สร้างกลไกและเครือข่ายกลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเพื่อเป็นองค์ความรู้สำหรับการขยายผลไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ได้นำตัวแบบกลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนกับห่วงโซ่อุปทาน และกิจกรรมการวิจัยที่ผ่านมาทำให้ภาคเครือข่ายได้รู้จักกัน ก่อให้เกิดความรักความสามัคคี พร้อมที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เช่น ร่วมกันส่งตัวแทนของแต่และชุมชน ร่วมสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน หรือการเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาดูงาน และแต่ละพื้นที่ได้นำผลการวิจัยและความรู้ในระหว่างกระบวนการวิจัยนำมา

พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและเหมาะสมกับพื้นที่หรือฐานทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมของพื้นที่ตนเอง ต่อมาได้รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น และเกิดการก่อร่างสร้างตัวกลไกใหม่ ๆ ขึ้นมากในแต่ละจุด เช่น ในระดับเยาวชน กลไกและเครือข่ายเหล่านี้ได้ถูกทดสอบ และทดลองจากกิจกรรมการวิจัยในแต่ละห่วงโซ่อุปทาน ภาคีเครือและประชาชนได้เข้ามาร่วมเป็นจำนวนมาก

กลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการประสานบุคคล องค์การของหน่วยงานรัฐ องค์การเอกชน สถาบันการศึกษา และประชาชนที่สนใจในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนเป้าหมายที่คณะผู้วิจัยได้คัดเลือกมาทั้งหมด 7 ชุมชน ชุมชนเหล่านี้มีต่างก็มีทรัพยากรของตนเองมีเป้าหมายมีวิธีการทำงานของตนเอง บุคคลหรือกลุ่มเหล่านี้ได้เข้ามาประสานงานกันอย่างมีระยะเวลานาน 12 เดือนผ่านระบบการติดต่อที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการนานพอสมควรแม้ว่าบางช่วงเวลาอาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตามแต่ก็มีการวางรากฐาน เน้นการช่วยเหลือซึ่งกันมีระบบการสื่อสารทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต ทางไลน์ ต่อเอาไว้เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องการที่จะขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่นๆ และในพื้นที่ใกล้เคียงมีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน โดยรูปธรรมที่เห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่เกาะหมาก

คณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนและภาคีเครือข่ายระดับพื้นที่ได้พัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นรูปแบบทางสังคมที่ภาคีในเครือข่ายโดยเปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือองค์กร เพื่อการแลกเปลี่ยนสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวและทำงานร่วมกันเครือข่ายและเครือข่ายสร้างให้มีความถี่ของการทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดกลุ่ม องค์กร หรือบุคคล ทั้งนี้เพื่อมีวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยน ทำกิจกรรม ระหว่างองค์กรสมาชิก การจะสร้างให้เกิดเครือข่าย นั้นจำเป็นต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนหน้านี้จะทำความตกลงกันเป็นองค์กรเครือข่ายการสร้างเครือข่ายอาจปรากฏในรูปของการจัดตั้งองค์กรใหม่ในการใช้เครือข่ายเป็นกลยุทธ์ในการทำงานภาระสำคัญมิได้อยู่ที่การสร้างเครือข่ายเท่านั้นแต่ยังเป็นการทำนุบำรุงรักษาเครือข่ายด้วยการบริหารการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพให้ปฏิบัติการบรรลุเป้าหมายตลอดจนพัฒนาเครือข่ายให้ก้าวไปสู่การทำงาน ดังนั้นเครือข่ายนี้จะเห็นได้ว่าเครือข่ายมีลักษณะที่สำคัญดังนี้ 1) ชุมชนท่องเที่ยวหรือกลุ่มบุคคล 2) กลุ่มเหล่านี้มีปฏิสัมพันธ์ มีการประสานผ่านตัวบุคคลหรือองค์การ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆที่เป็นประโยชน์หรือบางครั้งอาจไม่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน 3) มีการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 4) มีความเป็นอิสระต่อกันหมายถึงแต่ละกลุ่มมีกิจกรรมและเป้าหมายของตนเองอยู่แล้วการเข้ามาร่วมเป็นเครือข่ายเป็นขั้นเป็นการเข้ามาร่วมเพียงบางส่วนเพื่อทำกิจกรรมหรือโครงการร่วมกันเมื่อโครงการสำเร็จแล้ว และปัจจุบันเครือข่ายการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะสาบสงขลาระดับพื้นที่ยังคงอยู่

ต่อมาเมื่อคณะผู้วิจัยได้แนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แนวทางเหล่านี้แลกเปลี่ยนกับเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนระดับจังหวัดเพื่อนำไปสู่ความเชื่อมโยงกัน



ภาพที่ 4.88 จัดประชุมเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวพัทลุงร่วมกับสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาพัทลุง

รายชื่อเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดพัทลุง ได้แก่

1. ท่องเที่ยวชุมชนคนต้นน้ำ
2. ท่องเที่ยววิถีชุมชนตนเขาย่า
3. ทอผ้านิคมลานข่อย
4. ชุมชนล่องแก่งลานข่อย
5. ท่องเที่ยวโดยชุมนหนองธง
6. ชุมชนท่องเที่ยวบ้านโล๊ะหาร
7. ชุมชนบ้านเหมืองตะกั่ว
8. ท่องเที่ยวโดยชุมนอำเภอตะโหมด
9. ท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก
10. ชุมชนท่องเที่ยวบ้านโล๊ะจังกระ

11. ริมผาโฮมสเตย์
12. ชุมชนบ้านทอนตรน
13. ชุมชนท่องเที่ยวบ้านลำใน
14. บ้านขามสายน้ำมีชีวิต
15. ชัยบุรีเมืองเก้าโฮมสเตย์
16. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรป่าตอ
17. ท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน
18. การท่องเที่ยวโดยชุมชนบางแก้ว
19. กรวด หิน (รักษ์) ดิน เล
20. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ
21. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรปลายตรอกร่วมใจ
22. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงผึ้งโพรงและชันโรงตำบลปันแต
23. ศูนย์สาธิตวิสาหกิจชุมชนท่าช้างฟื้นฟูเศรษฐกิจ
24. วิสาหกิจชุมชนบ้านต้นกระจูด
25. วิสาหกิจชุมชนหัตกรรมกระจูดวรรณี
26. ศูนย์เรียนรู้เครือข่ายสินธุ์แพรทอง

การนำเสนอกลไกและเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาในระดับภาพรวมมองได้ 2 มิติ คือ กลไกและเครือข่ายแนวระนาบ มีลักษณะเป็นเครือข่าย สมาคม ตัวอย่างที่ชัดเจนและโดดเด่นได้เครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่จังหวัดพัทลุง ซึ่งมีฐานทรัพยากรที่มีศักยภาพในระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และแนวดิ่งในลักษณะของกลไกในการเชื่อมโยงเพื่อตอบนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยตำแหน่งทางตลาดที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว เที่ยวผสมผสาน เป็น เขา ป่า นา เล

สรุปได้ว่าเครือข่ายนอกจากจะมีอุดมการณ์และความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นแล้วยังหมายถึงมีมิตรภาพที่ใกล้ชิดมีสายสัมพันธ์ระหว่างกันโดยการสร้างมิตรภาพและสายสัมพันธ์มิใช่จะสร้างกันได้ข้ามคืนแต่หมายถึงการผ่านกระบวนการการทำงานความสำเร็จความล้มเหลวร่วมกันและปรึกษาหารือร่วมกันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

การขับเคลื่อนกลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาหลังจากกระบวนการวิจัยเสร็จลง

บทเรียนจากประสบการณ์ในการขับเคลื่อนกลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งมีความคาดหวังที่ต้องการ การเชื่อมโยงเครือข่ายในระดับพื้นที่และหน่วยงานภายนอกของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาในพื้นที่ตำบลเกาะหมากและพื้นที่ตำบลพนางตุง ก่อให้เกิดเครือข่ายการพัฒนา ดังนั้นในการพัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีความคาดหวังต้องการให้ใช้กลไกและเครือข่ายนี้ นำมาสู่การสร้างความเข้มแข็งและความร่วมมือระหว่างสมาชิกในเครือข่ายหลังจากกระบวนการวิจัยเสร็จลง แต่เนื่องจากเป็นการขับเคลื่อนในระยะเริ่มต้นประมาณ 1 ปีที่ผ่านมาจึงได้จัดเวทีแลกเปลี่ยนระหว่างภาคีเครือข่ายต่างๆ ในพื้นที่โดยการปฏิบัติงานส่วนใหญ่จะอยู่ใน 2 ระดับคือระดับพื้นที่ประกอบภาคีในระดับชุมชน ระดับภาคธุรกิจท้องถิ่นชาวบ้านในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก และตำบลพนางตุง ส่วนราชการอำเภอ องค์การปกครองส่วนท่องถิ่น และในระดับภายนอกพื้นที่ตำบล

เกาะหมากและตำบลพนางตุง ส่วนใหญ่จะเป็นส่วนราชการ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา

กลไกในส่วนของระดับพื้นที่ ที่ประกอบด้วยชุมชน ภาคเอกชน ได้ร้านอาหาร ที่พัก ร้านของฝาก รถขนส่งนักท่องเที่ยว ส่วนราชการท่องถิ่น เช่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และที่ส่วนราชการที่อยู่ที่สำนักงานอำเภอปากพะยูน และอำเภอควนขนุน

กลไกระดับพื้นที่แบ่ง 2 แบบ คือกลไกที่เป็นทางการ และกลไกที่ไม่เป็นทางการ ทั้ง 2 แบบ มีเป้าหมายคือจะต้องเตรียมความพร้อมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเตรียมความพร้อมต่างๆ ส่งผลให้การปฏิบัติการร่วมกันระหว่างชุมชนและภาคีเครือข่ายทั้งระดับพื้นที่ภายในและภายนอกเริ่มเห็นเป็นรูปประธรรม การขับเคลื่อนกลไกระดับพื้นที่ผ่านการติดต่อสื่อสารระหว่างคนในชุมชนด้วยกันและส่วนราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเช่น อบต.เทศบาล สำนักงานอำเภอปากพะยูนและอำเภอควนขนุน ซึ่งจากอดีตที่ผ่านมาชุมชนและองค์กรบริหารส่วนปกครองท้องถิ่น รวมถึงสำนักงานต่าง ๆ ของอำเภอ ใช้การติดต่อสื่อสารที่เป็นทางผ่าน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และยังไม่ค่อยได้มีเวทีพูดคุยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ ไม่เคยมีเวทีที่พูดถึงเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตนเองมาก่อน แต่อย่างไรก็ตามพบว่าหลังจากที่ได้มีการสร้างกลไก และเครือข่ายทำให้คนในชุมชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเองและชุมชนต้องดำเนินการการจัดการท่องเที่ยวในอนาคต ดังนั้นองค์กรเครือข่ายที่เกิดขึ้นใหม่นี้ที่ทางคณะผู้วิจัยได้มีส่วนร่วมผลักดันร่วมกันกับชุมชนส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทั้งภายในพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ตำบลพนางตุงงปัจจุบันนี้กลไกและเครือข่ายนี้เข้ามามีบทบาทเป็นดังนี้

1) เป็นหน่วยประสานงานที่ไม่เป็นทางการกับภาคีเครือข่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยมี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง สถาบันการศึกษา หน่วยงานของรัฐ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวของพัทลุงซึ่งเป็นภาคเอกชน ภาคประชาชน ส่วนราชการจากส่วนกลางเช่นสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช

2) เชื่อมความสัมพันธ์และกระตุ้นความแข็งแกร่งระหว่างชุมชนที่ในระดับพื้นที่ชุมชนทั้ง 7 ชุมชนกับสมาชิกเครือข่ายที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนราชการมีการดำเนินงาน ลักษณะการทำงานที่ผ่านใช้รูปแบบเป็นการประชุมสัญจร จัดตั้งคณะทำงานจากแต่ละพื้นที่ ลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยว และร่วมกันการทดสอบกิจกรรมการท่องเที่ยว เข้าร่วมกิจกรรมาการศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนกันภายในของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเองและการเดินทางไปศึกษาดูงานภายนอกพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา นำเอาสิ่งที่ดีจากภายนอกนำกลับมาพัฒนาชุมชนของตนเอง การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบางเรื่องบางราวไม่จำเป็นต้องรองบประมาณ ชาวบ้านสามารถดำเนินการได้ทัน กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้รวมถึงได้นำไปสู่พัฒนาโดยคน และที่สำคัญไปกว่านั้นกล่าวคือคนในระดับชุมชนหรือระดับพื้นที่ได้มีความสัมพันธ์กับส่วนราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นเทศบาลหรือองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือสำนักงานในระดับอำเภอ เพื่อพัฒนาเรื่องการท่องเที่ยวของแต่ละจุดของแต่ละพื้นที่แต่ละตำบลควรจะต้องเริ่มต้นพัฒนาจุดไหน เรื่องอะไรบ้าง คณะผู้วิจัยก็ได้เข้าไปทำหน้าที่เชื่อมความสัมพันธ์และกระตุ้นความเข้มแข็งระหว่างชุมชนกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

3) การพัฒนาระบบการตลาดแบบส่งต่อนักท่องเที่ยงระหว่างพื้นที่ เรื่องเป็นเรื่องสำคัญมากเนื่องที่ผ่านการท่องเที่ยว จะเป็นต่างคนต่างทำ ไม่ได้พูดคุยเรื่องแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่ในบางพื้นที่ ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้นำเครือข่ายที่เป็นผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกชุมชนจากสงขลา จากประเทศมาเลเซียได้แก่ สมาคมส่งเสริมธุรกิจการจังหวัดสงขลา สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว เข้ามาร่วมในกระบวนการวิจัยเพื่อทดสอบเส้นทางที่ทางคณะผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาในระหว่างกระบวนการวิจัย พบว่าหลังจากการ

ทดสอบแล้วมีการนำเอาผลการวิจัยไปใช้งานจริงทำให้เกิดระบบการตลาดที่มีการส่งต่อเกิดเป็นเครือข่ายระหว่างชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการนำเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลากับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาก่อให้เกิดกลไกทางการตลาดนำไปสู่การขายจริงซึ่งมีการทดลองทดสอบแล้วก็มีการขายจริงให้กับผู้ประกอบการนำเที่ยวจากกรุงเทพ ได้แก่ เครือข่ายสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว และจากประเทศมาเลเซียในรอบระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา

4) การกระตุ้นและการปฏิบัติการร่วมกันระหว่างภาคีเครือข่ายในสมาชิกที่ได้สร้างขึ้นมาโดยภาคีเครือข่ายมุ่งนำปณิธานเรื่องของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาร่วมกันปฏิบัติงานในทุกระดับทั้งในระดับชุมชนในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับส่วนราชการนอกพื้นที่หน่วยงานหลักเหล่านี้ได้ร่วมกันผลักดันงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาความรู้ของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เปิดโอกาสใช้ชุมชนและนักลงทุนท้องถิ่นได้จับมือทางธุรกิจกับผู้ประกอบการภายนอกเพื่อเร่งการปรับตัวของคนในพื้นที่ โดยเฉพาะชาวบ้านในแต่ชุมชนให้มีความพร้อมรองรับกับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ ชาวบ้านในระดับชุมชนและระดับพื้นที่มีความพร้อมก็จะเป็นโอกาสของชุมชนที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างทางเลือกทางเศรษฐกิจอีกช่องทางหนึ่งที่จะก่อให้เกิดรายได้อันนำมาซึ่งความมั่งคั่ง ยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

กลไกเหล่านี้ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการทดสอบทดลองซ้ำแล้วซ้ำเล่าสามารถสรุปเป็นบทเรียน โดยสร้างการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ร่วมกันโดยใช้หลักการ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ และในระหว่างกระบวนการวิจัยทางชุมชนแต่ละพื้นที่ได้ร่วมรับผลประโยชน์ รวมถึงการทำความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวแก่สมาชิกผ่านการติดต่อประสานงานดูแลแบบพี่แบบน้อง โดยคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเอง ในระยะต้นส่งผลให้พื้นที่ที่มีความเข้มแข็ง กลไกและเครือข่ายที่สร้างขึ้นเป็นจุดเรียนรู้ เป็นจุดแลกเปลี่ยนผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารผ่าน Facebook และที่สำคัญผ่านระบบไลน์ถ้าไม่เข้าใจก็สามารถโทรสอบถามผ่านทางโทรศัพท์ แล้วก็ถ้าต้องการความช่วยเหลือหรือยังไม่เข้าใจอีกก็เดินทางมาเรียนรู้ในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเรียนรู้ภายในไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว การจัดการรายได้ การจัดการเรื่องอื่น ๆ ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกภายในเครือข่ายระดับพื้นที่ที่มีการดำเนินการปรับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการนำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน เข้ามาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งก่อนหน้าคนในพื้นที่ชุมชนทั้ง 7 ชุมชนขาดความรู้และแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่หลังจากผ่านโครงการวิจัย ทำให้คนในพื้นที่เข้าแนวคิดนี้มากยิ่งขึ้น บางชุมชนได้พัฒนาตนเองและบางชุมชนสามารถถ่ายทอดประสบการณ์สู่ชุมชนที่พึ่งเริ่มดำเนินการหรือชุมชนที่จะคิดดำเนินการทางด้านการท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมหลักก็คือการประชุมแบบสัญจร การแลกเปลี่ยนเรียนรู้การศึกษาดูงานร่วมกัน โดยชุมชนควบคู่กับการสอดแทรกความรู้โดยนำเอาผลวิจัยในระหว่างกระบวนการวิจัยในแต่ละขั้นตอนจากคณะผู้วิจัยเข้าสู่เวทีการประชุมและมีกิจกรรมการทดสอบการขยายผลการท่องเที่ยวและจุดที่สำคัญที่สุดเป็นการให้กำลังใจแก่ชุมชนใหม่ๆที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะชุมชนชาวบ้านชุมชนช่องฟืน ชุมชนเขาชัน และกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว นอกจากนี้ยังร่วมกันวิพากษ์รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแต่ละจุดเพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงแก้ไขในส่วนบางชุมชนหรือบางพื้นที่ ที่ยังไม่มีความพร้อมเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็ให้พัฒนาเป็นเครือข่าย โดยจะนำเอาจุดแวะพัก ในเส้นทางท่องเที่ยวรวม กระบวนการวิจัยที่ผ่านมาจะสามารถกระตุ้นก่อให้กำลังใจของคนในพื้นที่และได้กระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนมาจนกระทั่งปัจจุบัน

กลไกและเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าระดับพื้นที่มีเครือข่ายการท่องเที่ยวครบครอบคลุมทั้ง 2 ตำบลก็คือเครือข่ายท่องเที่ยวตำบลเกาะหมาก เครือข่ายท่องเที่ยวตำบลพนางตุง ในแต่ละจุดมีความเข้มแข็งแข็งแรงแตกต่าง

กันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตที่ผ่าน แต่อย่างไรก็ตามพบว่าในรอบระยะเวลาของการทำวิจัยสามารถเห็นผลจับต้องเป็นรูปธรรมได้ กล่าวคือเครือข่ายเหล่านี้จะเป็นฟันเฟืองที่จะช่วยยกระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยได้สร้างปรากฏการใหม่เกิดขึ้น โดยให้ผู้คนได้หันกลับมาเรียนรู้ร่วมกันจากภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเอง และการวิจัยครั้งนี้ได้เติมองค์ความรู้ที่ได้จากผลการวิจัยในระหว่างการทำวิจัยเข้าไปตลอดระยะเวลา 1 ปี เพื่อให้แนวคิด ให้องค์ความรู้สามารถขยายพื้นที่อื่น ๆ เช่น ชุมชนท่านางหอม ตำบลน้ำน้อย ชุมชนท่องเที่ยวคูเต่า ต.คูเต่า อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด และพื้นที่อื่น ๆ อีกหลายพื้นที่ ที่สนใจเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มคนเหล่านี้ได้ทำความรู้จักกับส่วนราชการของจังหวัดพัทลุงไม่ว่าจะเป็นส่วนราชการระดับอำเภอ สำนักงานท่องเที่ยวกีฬาจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชน และส่วนราชการระดับจังหวัดต่างๆ ในอนาคตคนในพื้นที่ดังกล่าวสามารถขอความร่วมมือเพื่อที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนราชการระดับอำเภอซึ่งเป็นตัวจักรตรงกลางในระดับพื้นที่ ต้องทำหน้าที่รวบรวมความต้องการพัฒนาระดับพื้นที่อำเภอประสานไปยังส่วนราชการระดับจังหวัด ราชการระดับอำเภอเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนได้ร่วมกับองค์การบริหารส่วนปกครองส่วนท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาคน พัฒนาเรื่องของความปลอดภัย พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว และเรื่องอื่น ๆ ที่จะรองรับให้พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยต่อไป

ปัจจุบันแกนนำชุมชนท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อย่างต่อเนื่องด้วยวิธีการดังนี้

1. การพึ่งพาตนเองแบบกัลยาณมิตรมีการหมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพในการประชุมโดยแกนนำองค์กรเครือข่ายจะเป็นคนออกงบประมาณในการกิจการจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยในช่วงแรกโครงการวิจัยก็จะเป็นผู้นำร่องในเรื่องของการพึ่งพาตนเองแบบแบบกัลยาณมิตร โดยสนับสนุนงบประมาณจากการวิจัยให้มีการเวียนไปประชุมมี การเวียนไปศึกษาดูงาน ซึ่งปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดของกลุ่มแกนนำได้แก่เรื่องเวลาในการประกอบอาชีพและก็งบประมาณในอนาคตที่ใช้เป็นค่าเดินทาง ค่าอาหารว่าง อาหารกลางวัน ในการประชุมรวมถึงภาระงานของตนเองในการขับเคลื่อนเรื่องการท่องเที่ยวของพื้นที่เพราะแกนนำจะต้องจัดความสมดุลระหว่างการประกอบอาชีพของตนเองกับการเข้ามาร่วมในการทำงานสาธารณะซึ่งในบางจุดบางพื้นที่อาจจะระบบการนัดหมายที่ดีพอสมควรแต่อย่างไรก็ตามพบว่าโดยภาพรวมแล้วแนวโน้มของการพึ่งพาตนเองแบบกัลยาณมิตรของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจากเมื่อก่อนที่ไม่เคยมีรูปแบบการพึ่งพาตนเองรูปแบบการเรียนรู้ร่วมกันภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาแต่หลังมีจากกระบวนการวิจัยเรื่องนี้ผู้คนก็ได้รู้จักกันแล้วก็ได้มีการพัฒนาเรียนรู้ร่วมกัน ปัจจุบันนี้พบว่าหลังจากมีการพึ่งพากับแบบกัลยาณมิตรทำให้ได้ขยายผลไปสู่เรื่องอื่นไม่ใช่เฉพาะเรื่องการท่องเที่ยวอย่างเดียวกันสายขยายผลไป สู่เรื่องของการเกษตรอินทรีย์ เรื่องของเศรษฐกิจเรื่องของการปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ต่างๆ การอนุรักษ์ทรัพยากรประมงในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เรื่องของการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสุดท้ายได้เรื่องก็จะได้แนวคิดเรื่องท่องเที่ยวเข้ามาผูกโยงเพื่อพัฒนาให้เป็นฐานกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือจุดแวะพักสำหรับนักท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

2. ร่วมกันกับหน่วยงานภาคีภายนอกโดยดำเนินกิจกรรมต่างๆของหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งบทเรียนที่ผ่านมาหากแกนนำของเครือข่ายไม่สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดรายละเอียดกิจกรรมร่วมกันกับหน่วยงานต่างๆ ได้แล้วส่งผลให้การดำเนินงานโครงการไม่สอดคล้องตามความต้องการของชุมชนและเครือข่ายและทิศทางในการพัฒนาในอนาคตจากที่ผ่านมาพบว่าผู้คนยังไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่ายภายนอกทำให้เป็นฝ่ายตั้งรับแต่หลังจากนี้สมาชิกในระดับพื้นที่ได้ทำความรู้จักกับเครือข่ายภายนอกพื้นที่ที่เป็นส่วนราชการ สถาบันการศึกษา

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนอกพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เป็นต้น การเข้าไปมีร่วมกันกับหน่วยงานภาคีภายนอกต่อแต่นี้จะเข้ามาพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างมีทิศทางต่อไป

3.การดำเนินการร่วมกันผ่านกระบวนการวิจัย ก่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง ต่อมามีหน่วยงานทุนวิจัยมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เริ่มเห็นโจทย์วิจัยที่ตรงกับความถนัดของสาขาหรือของสถาบันตนเอง เริ่มเห็นความสำคัญของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จึงได้มีการจัดโครงการวิจัยทุนวิจัยและโครงการบริการวิชาการ เข้ามาทำให้คนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้เรียนรู้ได้รับประโยชน์จากผลและกิจกรรมการวิจัย กิจกรรมการบริการวิชาการ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมทั้งในเรื่องของการส่งบุคลากรเข้าไปร่วมในกระบวนการวิจัยการบริการวิชาการแต่อย่างไรก็ตามพบว่าแนวโน้มของผู้คนที่จะสนใจลงพื้นที่ไปทำวิจัยในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีมากขึ้นไม่เฉพาะเรื่องของการท่องเที่ยวมีเรื่องของการเกษตร เรื่องของวิสาหกิจชุมชนต่างๆ เรื่องสมุนไพร เรื่องพลังงานและความมั่นคงทางอาหารเพื่อที่จะให้พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีฐานสำหรับการพัฒนาในหลากหลายมุมมองต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” ส่วนของสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและกรมการท่องเที่ยว ได้ดำเนินการกับ 1) กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว 2) ชุมชนทะเลน้อย 3) กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล 4) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ 5) กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน 6) แพปลาชุมชน บ้านช่องฟืน และ 7) กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 คะแนนผลการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ด้าน	กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว	ชุมชนทะเลน้อย	กลุ่มกรวด หิน รักษ์ ดิน เล	กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ	กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดเขาชัน	แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน	กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)	1.46	1.59	2.61	2.13	1.41	0.97	2.81
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)	2.00	2.00	2.38	1.63	2.00	2.50	2.75
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)	3.33	3.67	2.67	1.67	2.00	1.67	3.00
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D)	3.32	2.33	1.20	0.67	0.40	2.77	3.23
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)	2.44	2.50	2.56	2.35	2.04	1.25	3.21
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.50

จากตารางข้างต้น สรุปผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยการประเมินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษและกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามด้าน ระดับคะแนน และการแปรผลระดับการดำเนินการปัจจุบัน

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A) 1.46 พอใช้
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B) 2.00 พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C) 3.33 ดีเยี่ยม
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D) 3.32 ดีเยี่ยม
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E) 2.44 ดี
6. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F) 0.00 ควรปรับปรุง

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนทะเลน้อย
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A) 2.61 ดี
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B) 2.38 ดี
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C) 2.67 ดี
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D) 1.20 พอใช้
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E) 2.56 ดี
6. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F) 0.00 ควรปรับปรุง

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มกรวดหินรักษ์ดินเล
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A) 2.61 ดี
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B) 2.38 ดี
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C) 2.67 ดี
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D) 1.20 พอใช้
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E) 2.56 ดี
6. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F) 0.00 ควรปรับปรุง

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A) 2.13 ดี
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B) 1.63 พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C) 1.67 พอใช้
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D) 0.67 ควรปรับปรุง
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E) 2.35 ดี
6. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F) 0.00 ควรปรับปรุง

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A) 1.41 พอใช้
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B) 2.00 พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C) 2.00 พอใช้
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D) 0.40 ควรปรับปรุง
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E) 2.04 พอใช้
6. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกัน ระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาดและทำงาน ร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F) 0.00 ควรปรับปรุง

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แพปลาชุมชนบ้านช่องฟืน
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A) 0.97 ควรปรับปรุง
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B) 2.50 พอใช้
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C) 1.67 พอใช้
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D) 2.77 ดี
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E) 1.25 พอใช้
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F) 0.00 ควรปรับปรุง

ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A) 2.81 ดีเยี่ยม
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B) 2.75 ดีเยี่ยม
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C) 3.00 ดี
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D) 3.23 ดีเยี่ยม
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E) 3.21 ดีเยี่ยม
6. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาดและทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F) 2.50 ดี

ผลการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์มีเป้าหมายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปได้รับรองเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนติดต่อประสานงานกับสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอปากพะยูนและอำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง เพื่อขอประกาศ และแบบรายงานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2562 และได้ประสานการขึ้นทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน เพื่อการจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2562 เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ดังนั้นผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ กลุ่มแพปลาช่องฟืน กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวและกลุ่มแปรรูปเคยปลา ได้พัฒนารูปแบบการผลิต ให้ได้คุณภาพที่สูงขึ้น และคณะผู้วิจัยได้เชิญเจ้าหน้าที่ประเมินมาตรฐาน GMP อ.ย. จากสำนักงาน

สาธารณสุข จังหวัดพัทลุง อบรมมาตรฐาน มาตรฐาน GMP อ.ย. ให้กลุ่มต่าง ๆ และได้ลงพื้นที่ไปประเมินเบื้องต้น และพร้อมกันให้คำแนะในการผลิตหรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของชุมชน ต่อมาชุมชนต่าง ๆ ได้นำความรู้เหล่านี้ไปพัฒนาวิธีการผลิตของตนเองทำให้ได้สินค้ามีมาตรฐานที่สูงขึ้น ต่อคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนนำ ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มต่าง ๆ เข้าจดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาการอำเภอปากพะยูน และอำเภอควนขนุน เพื่อได้มาตรฐานและตราสินค้า OTOP พบว่าสินค้าผ่านมาตรฐานและตราสินค้า OTOP ได้แก่ ปลาผงโรยข้าว ของกลุ่มแพปลา บ้านช่องฟืน แป้งข้าวสังข์หยดและขนมคุกกี้สิงคโปร์ของกลุ่มวิชชาลัยรวงข้าวน้ำเคยปลาเข้มข้น เคยปลาก้อนและปลาดุกร้าของกลุ่มแปรรูปชุมชนทะเลน้อย และได้นำผลิตภัณฑ์เหล่านี้ เป็นพัฒนาเป็นสินค้าของฝาก และเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนโดยพัฒนาเป็นฐานกิจกรรมการแปรรูปบูรณาการกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนกับเครือข่ายการตลาดภายนอกด้วยเช่นกัน เช่น การเข้าร่วมแสดงสินค้า ร่วมงาน Road show ของดีที่นี่พัทลุง “อัยย๊ะ พัทลุง” และการเปิดบริษัทปลาออแกนนิควิสาหกิจชุมชนจำกัด และนอกจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้จำหน่ายเป็นของฝากให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบ

ในการสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน คือการดำเนินการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จะเกิดขึ้นได้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีต้นทุนในการดำเนินการที่สำคัญ ประกอบด้วย 4 ทุน ได้แก่

1. ทุนทรัพยากรคน (Human Capital) กล่าวคือ ชุมชนจะต้องมีบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถที่พร้อมจะเป็นผู้ผลักดันและขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวขึ้นภายในชุมชน รวมถึงบุคคลที่เห็นถึงความ สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และพร้อมที่จะให้การช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุนเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกิดขึ้นและสามารถดำรงอยู่ได้ ซึ่งอาจจะเป็นผู้นำชุมชน หรือเป็นชาวบ้านทั่วไปในชุมชนก็ได้ เพราะแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจะเกิดและดำรงอยู่ ได้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ในด้านต่าง ๆ อย่างหลากหลาย เช่น ความรู้ความสามารถด้านการติดต่อประสานงาน การประชาสัมพันธ์ การตลาด การจัดกิจกรรม เป็นต้น

2. ทุนวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural Capital) กล่าวคือ ชุมชนทุกชุมชนย่อมมีวิถี ชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตนเอง ซึ่งอาจจะเหมือนหรือต่างกันออกไปในแต่ละชุมชน ดังนั้นในการจัดการการท่องเที่ยวขึ้นภายในชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดึงทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาใช้ ซึ่งนอกจากจะเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมของชุมชนไว้แล้ว ยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย สำหรับการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถดำเนินการได้หลายลักษณะไม่ว่าจะเป็นการดำเนินโดยการนำเสนอผ่านกิจกรรม การแสดงสินค้า ผลิตภัณฑ์และการบริการ เป็นต้น สำหรับทุนวัฒนธรรมของชุมชน เช่น ศิลปะการแสดง การแต่งกาย ตำนาน หรือประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นต้น และมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

3. ทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Resource Capital) กล่าวคือ การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทุนที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ทุนทรัพยากร โดยเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือแม้แต่แหล่งท่องเที่ยวที่คนสร้างขึ้นที่สวยงามทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยว

4. ทุนเงิน (Money Capital) กล่าวคือ ทุนเงิน (Money Capital) กล่าวคือ ในการดำเนินการต่างๆ งบประมาณเป็นปัจจัยสำคัญ และมีความจำเป็นในการขับเคลื่อนเพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเองก็เช่นกัน งบประมาณเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ ดังนั้นชุมชนจึงต้องมีความพร้อมในเรื่องดังกล่าว แต่หากชุมชนไม่มี งบประมาณในการดำเนินการของตนเองก็อาจใช้วิธีการทำโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุน งบประมาณจากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากภายนอก อย่างไรก็ตามเมื่อมีศักยภาพในทุนประเภท

ต่าง ๆ ที่จะสามารถจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวหรือชุมชนท่องเที่ยวได้แล้วการดำเนินการในขั้นตอนต่อไป เพื่อให้การจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยว ดำเนินการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าคือ นักท่องเที่ยวให้ได้รับบความพึงพอใจ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

การศึกษาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้ได้สำรวจบริบทปัจจุบันห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจากกลุ่มผู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ของฝาก ระบบการขนส่ง และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่ตำบลเกาะหมากและตำบลพนางตุง จังหวัดพัทลุง การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว การสนทนากลุ่มเพื่อศึกษาช่องว่างความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว การอบรมเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม การให้คำปรึกษากับชุมชนในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน และทดสอบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนที่การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ผลจากการสังเคราะห์ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม โดยสรุปผลการวิจัยประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย 1) เส้นทางท่องเที่ยว 2 กิจกรรมท่องเที่ยว 3) โปรแกรมท่องเที่ยว 4) ผลิตภัณฑ์ของฝาก 5) บริการอื่น ๆ ของชุมชน ดังนั้นสามารถสรุปผลการวิจัยผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน ของแต่ชุมชนได้ดังนี้

กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว มีเส้นทางท่องเที่ยวแปลงนาข้าวและล่องเรือคลองปากประ ฐานกิจกรรมนา ข้าวสังข์หยดอินทรีย์ครบวงจร มีโปรแกรมท่องเที่ยว แบบวันเดียว ผลิตภัณฑ์ของฝาก เป็นกลุ่มสินค้าจำพวกข้าวสังข์หยด แป้งข้าว ขนม และสินค้าจากข้าวสังข์หยด บริการอื่น ๆ ของชุมชน สามารถให้บริการอาหารกลางวันและเรือนำเที่ยว

ชุมชนทะเลน้อย เน้นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการแปรรูปกระจูด โปรแกรมการท่องเที่ยวสามารถให้บริการได้ 2 แบบ คือ แบบวันเดียวและแบบ 2 วัน 1 คืน ผลิตภัณฑ์ของฝาก เป็นกลุ่มสินค้าจำพวก เคยปลา น้ำเคยปลา ผลิตภัณฑ์กระจูด บริการอื่น ๆ ของชุมชน สามารถให้บริการอาหารทุกมือ ที่พัก เรือนำเที่ยว

กลุ่ม กรวด หิน รักษ์ ดิน เล มีเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือและทางบก กิจกรรมการท่องเที่ยว ตลาดนัดชุมชน นั่งรถหนำติดล้อชมวิถีชีวิตของชุมชนและชมต้นไม้ใหญ่ไทรโอบรักษ์ แบบวันเดียวและ แบบ 2 วัน 1 คืน มีผลิตภัณฑ์ของฝาก ข้าวเกรียบมาลอง กระต่ายจำลอง ขนมพื้นบ้าน และ บริการอื่น ๆ ของชุมชน สามารถให้บริหารอาหาร ที่พัก และเรือนำเที่ยว

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ มีเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือและทางบก มีกิจกรรมท่องเที่ยวหลักคือการศึกษาดูงานระบบการบริหารโรงเรียนเกาะเสือ และมีบริการโปรแกรมท่องเที่ยวเสริมการดูงานแบบวันเดียว ปัจจุบันชุมชนไม่มีผลิตภัณฑ์ของฝาก แต่บริการอื่น ๆ ของชุมชนได้แก่ อาหาร ที่พัก เรือนำเที่ยว

กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิด เขาชัน มีเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือและทางบก มีกิจกรรมไข่ในหินและฐานการแปรรูปสินค้าต่าง ๆ หลากหลาย โปรแกรมท่องเที่ยวเป็นแบบแบบวันเดียว ผลิตภัณฑ์ของฝาก ได้แก่ ไข่ในหิน ปลาดุกร้า มะม่วงดวงและสินค้าอื่น ๆ บริการอื่น ๆ ของชุมชน สามารถให้บริการจัดหาอาหารได้ แต่ไม่ที่พัก

กลุ่มแพปลาชุมชน บ้านช่องฟืน มีเส้นเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือ เพื่อร่วมกิจกรรมประมงอนุรักษ์และการแปรรูปอาหาร มีโปรแกรมท่องเที่ยวแบบวันเดียว ผลิตภัณฑ์ของฝากได้แก่ ปลาผงโรยข้าว กุ้งแห้ง น้ำพริกกุ้งแก้ว ส่วนบริการอื่น ๆ อาหารกลางวัน และเรือนำเที่ยว

กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก มีเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือและทางบกหลากหลาย มีกิจกรรมประมง อนุรักษ์และนั่งเรือชมทะเลสาบ โปรแกรมการท่องเที่ยวมีทั้ง 2 แบบ คือแบบวันเดียวและ แบบ 2 วัน 1 คืน ผลิตภัณฑ์ของฝากได้แก่ ปลาเส้น ปลาส้มและสินค้าอื่น ๆ ส่วนบริการอื่น ๆ ของชุมชน สามารถให้บริการอาหาร ที่พัก และเรือนำเที่ยว

สรุปการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้การกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนที่ มี 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ก่อนท่องเที่ยว

การจัดการก่อนท่องเที่ยว ชุมชนต้องมีกระบวนการติดต่อประสานงานกับนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มเป้าหมายที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนโดยชุมชนต้องเตรียมข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร คู่มือ แผนที่ท่องเที่ยวหรือข้อมูลดิจิทัลที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook หรือสื่อออนไลน์รูปแบบอื่นๆ ที่คอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้ค้นหาข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวทำการเปรียบเทียบและประเมินทางเลือกในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชนและพื้นที่เชื่อมโยง ข้อมูลการท่องเที่ยวเหล่านี้จะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2. ระหว่างท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวระหว่างท่องเที่ยว เป็นรูปแบบการจัดการโดยใช้มุมมองระบบในการดำเนินงานการบริการท่องเที่ยวของชุมชนโดยประกอบด้วย 3 ปัจัยหลักที่สำคัญได้ ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยกระบวนการ และปัจจัยผลลัพธ์ ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางของห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวปัจจัยในเรื่องการจัดการระหว่างการท่องเที่ยวถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากเป็นรายละเอียดการปฏิบัติงานทางการท่องเที่ยวของชุมชนดังนั้นชุมชนจะต้องใส่ใจในรายละเอียดในการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยวกับชุมชน

3. หลังการท่องเที่ยว

ชุมชนท่องเที่ยวจะต้องมีรูปแบบการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนและรวมถึงการประเมินถึงความเชื่อมโยงกับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ โดยที่ชุมชนควรนำแนวทางหรือรูปแบบการประเมินโดยใช้แบบสอบถาม หรือใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อสอบถามถึงประเด็นต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวพอใจ หรือประเด็นต่างๆที่นักท่องเที่ยวอาจจะไม่พอใจ รวมถึงเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน และกิจกรรมหลังการท่องเที่ยวที่สำคัญต่อมาก็คือชุมชนจะต้องสร้างเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวกับชุมชนหรือมาใช้บริการของภาคีเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานของชุมชน รวมถึงเปิดโอกาสหรือเปิดช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้บอกต่อหรือแชร์ประสบการณ์การเดินทางที่ได้มาท่องเที่ยวกับชุมชน และประการสุดท้ายที่ชุมชนจะต้องคำนึงถึงโดยอาจจะมีรูปแบบหรือวิธีการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำนั้นแสดงให้เห็นถึงการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพราะถ้าหากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำแสดงว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการก่อให้เกิดความภักดีต่อการท่องเที่ยวของชุมชน

นอกจากนี้ที่ประชุมยังได้เสนอลักษณะความร่วมมือผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมในอีก 3 ด้าน

1.ความร่วมมือด้านข้อมูล หมายถึงร่วมมือกัน ในการแบ่งปันข้อมูลข่าวซึ่งกันและกัน ในประสานงานการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ในหลาย ๆ ในห่วงโซ่อุปทาน เช่น พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลความพร้อมจุดเด่น ๆ ชุมชนท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก ฐานกิจกรรมท่องเที่ยวและนักสื่อความหมาย ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และร่วมถึงส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.ความร่วมมือด้านกายภาพและนักท่องเที่ยว หมายถึงร่วมมือกัน พัฒนาแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก ร่วมถึงความร่วมมือในการประสานงานกับนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาในพื้นที่ของชุมชนท่องเที่ยว

3.ความร่วมมือด้านการเงิน หมายถึงร่วมมือกัน การจัดสรรงบประมาณสำหรับพัฒนาแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และงบประมาณสำหรับจัดอบรมศึกษาดูงานให้ความรู้กับชุมชนท่องเที่ยว และรวมการแบ่งผลประโยชน์ด้านการเงินระหว่างชุมชน กับเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก ฐานกิจกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ในการส่งต่อนักท่องเที่ยวในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของพื้นที่

แนวทางพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

การพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลไกการพัฒนาถือเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีความจำเป็นต้องสร้างขึ้นมาในพื้นที่ให้ได้ เพราะกลไก เป็นฟันเฟืองตัวหลักในการทำงานเป็นวิธีการทำงานที่ต้องอาศัยพื้นฐานการมีส่วนร่วมของคนที่ต้องมาทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย กลไก เป็นรูปแบบความร่วมมือกันทำงาน เพื่อสร้างระบบการพัฒนานำไปสู่การเปลี่ยนแปลง การท่องเที่ยวโดยชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

แนวทางกลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบดังนี้ 1) วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 2) การปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือการปรับตัวต่อเปลี่ยนแปลง 3) การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว 4) การสร้างความรู้และเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 5) กลไกและเครือข่ายนำไปสู่การจัดการ

1. วิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วม

กระบวนการจัดการทั่วไป ต้องเริ่มต้นด้วยการตั้งเป้าหมาย ตามด้วยการคิดเรื่องที่ทำหรือเรียกว่า กลยุทธ์ ต่อมาการกลยุทธ์ต่างๆ เหล่านี้นำไปสู่การปฏิบัติ และประการสุดท้ายจะต้องติดตามและประเมินผล ดังนั้นที่ประชุมกลุ่มย่อยมีความเห็นตรงกันว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเริ่มต้นจาการกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกันในระดับแต่ละชุมชนท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งจะต้องคำนึงถึงเรื่องสำคัญ 3 ประการ รายได้ สังคม และสิ่งแวดล้อม การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อลดดำเนินการไปกระจายความเท่าเทียมให้กับคนในสังคม ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้ลงไปสู่ชุมชน ใช้การท่องเที่ยวสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิด ทำให้ผู้คนบริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเกิดภูมิใจในถิ่นฐานพื้นที่ชุมชนของตัวเอง การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องอยู่บนพื้นฐานอัตลักษณ์ จิตวิญญาณต้องคงอยู่และธุรกิจท่องเที่ยวต้องตกอยู่ในมือของคนท้องถิ่นหรือชุมชน

2. การปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือการปรับตัวต่อเปลี่ยนแปลง

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีรูปแบบพัฒนาการจากหลากหลายรูปแบบโดยส่วนใหญ่แล้วจากการลงพื้นที่สำรวจชุมชนท่องเที่ยวพบว่าชุมชนเริ่มดำเนินการด้วยตนเอง เกิดจากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐหรือองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามาส่งเสริมหรือหนุนเสริม รวมทั้งปัจจุบันพบปรากฏการณ์ใหม่ เช่นคนรุ่นใหม่ที่เป็นนักลงทุนที่อยู่ในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเองโดยต่อยอดจากฐานทรัพยากรทางธรรมชาติหรือวิถีชีวิตในชุมชนของตนเองโดยเฉพาะการนำภูมิทัศน์ทางการเกษตร ทางการประมง หรือสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนำมาสร้างสรรค์และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างถิ่นได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนหลายพื้นที่ได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดในเรื่องการจัดการท่องเที่ยว แต่โดยภาพรวมพบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนยังจำเป็นจะต้องมีการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

3. การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรพัฒนาศักยภาพของคน ชุมชน และองค์การที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายการท่องเที่ยว อยู่บนหลักการการมีส่วนร่วม

4.การสร้างความรู้และเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน

การพัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต้องให้สำคัญกับการวิจัยเพื่อสร้างความรู้ จัดการระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานพัฒนา และเรียนรู้ร่วมกัน

พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเชิงพื้นที่ เอาพื้นที่เป็นตัวตั้งในการทำงาน โดยการทำงานร่วมกัน ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตัวจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการวิจัย เช่น ผลการวิจัยที่ได้ในแต่ระยะหรือแต่ละกิจจกรรมนำไปสู่ ภาคปฏิบัติเป็นระยะ ๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น ผลการวิจัยเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน ข้อมูลชุดนี้ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา แม้ว่าจะมีการรวบรวมข้อมูลโดยภาพรวมในระดับอำเภอและทางองค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลควรจัดทำฐานข้อมูลให้ทันสมัยเป็นระบบ และนำข้อมูลเหล่านี้มาจัดทำเป็นฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่จะใช้จัดแผนพัฒนาของพื้นที่เพื่อนำไปสู่การพัฒนา เป็นการทำงานเพื่อไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แนวคิดหลักของการทำงานที่เน้น ความร่วมมือ และ การเรียนรู้ร่วมกัน เน้นการทำงานแบบเสริมแรงกันระหว่างคนที่มีจุดแข็งแตกต่างกัน กล่าวคือ ชาวบ้านและเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความมุ่งมั่นพร้อมจะลงแรงทำ หน่วยงานและองค์กรปกครองท้องถิ่นมีงบประมาณ นักพัฒนาเอกชนถนัดการวิ่งประสานงานข้ามตำบล อำเภอ นักวิชาการถนัดการวิเคราะห์ เป็นต้น การเปิดพื้นที่เพื่อดึงทุกฝ่ายให้ทำงานร่วมกันได้จะทำให้สามารถใช้จุดเด่นจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาเสริมแรงซึ่งกันและกัน และทำให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีพลังมากกว่าปล่อยให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดทำเพียงลำพัง การทำงานเชิงพื้นที่ เป็นการทำงานในแนวราบคือ เสริมให้เกิดการรวมกำลังของหน่วยงานที่ทำงานในแนวดิ่งและภาคส่วนต่างๆ ที่ต่างคนต่างอยู่ให้เข้ามาทำงานร่วมกันได้ เครื่องมือสำคัญในการรวมพลังให้เกิดการเสริมแรงกันได้นี้ คือข้อมูลและการเรียนรู้ร่วมกันที่นำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน

5.กลไกและเครือข่าย นำไปสู่การจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปัจจุบันพบว่าภาคีเครือข่ายต้องการพัฒนาเพิ่มอีกหลายเรื่องเช่นภาคีเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนยังขาดการทำงานบูรณาการที่ปฏิบัติร่วมกันกับเครือข่ายของภาคธุรกิจในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และที่สำคัญคือให้แต่ละชุมชนสามารถติดต่อประสานงานส่งต่อระบบการจัดการการท่องเที่ยวไปสู่ชุมชนเพื่อให้

ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในชุมชนดังนั้นชุมชนควรที่จะร่วมคิดร่วมทำร่วมรับผลประโยชน์กับชุมชน เครือข่ายธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

จากการดำเนินตามรายละเอียดในการพัฒนากลไกและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ในพื้นที่เกาะหมากและพื้นที่ตำบลพนางตุง การสร้างกลไกและเครือข่ายที่จะไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ส่วน ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยว ส่วนราชการ เครือข่ายธุรกิจในชุมชนและนอกชุมชน และหน่วยงานสนับสนุนทางวิชาการ

5.2 ข้อเสนอแนะ

การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้คัดเลือกพื้นที่สำหรับการพัฒนาอยู่ในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน และตำบลพนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง จำนวน 7 ชุมชน เป็นตัวแทนของชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คณะผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะแก่หน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องจำแนกตามผลการวิจัยดังนี้

จากผลการการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเกณฑ์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกตามด้านเป็นดังนี้

ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 1.46 - 2.81 โดยส่วนใหญ่ อยู่ในระดับควรปรับปรุงและระดับพอใช้ มีเพียงชุมชนเดียวเท่านั้นที่ได้คะแนนสูงคือกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวเช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาควิชาการควรจัดแผนพัฒนาเพื่อยกระดับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้กับทั้ง 7 ชุมชนในพื้นที่ศึกษาและรวมถึงพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีได้คะแนนอยู่ระหว่าง 1.63 - 2.75 โดยส่วนใหญ่ อยู่ในระดับพอใช้ถึงดี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวเช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาควิชาการควรจัดแผนพัฒนาเพื่อยกระดับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงชุมชนในพื้นที่ศึกษาควรจัดประชุมระดม และกำหนดแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจ สังคม เพื่อนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี

ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 1.67 - 3.67 โดยส่วนใหญ่ อยู่ในระดับดี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวเช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาควิชาการ ควรจัดทำกิจกรรมโครงการเพื่อหนุนเสริม เช่นกิจกรรมการรวมมรดกทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม และนำเรื่องราวมรดกทางวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยว

ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 0.40 - 3.32 พบว่าส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชน แต่โดยภาพแล้วยังคงต่อพัฒนาต่อ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวเช่น สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น บริษัทเอกชน และหน่วยงานภาควิชาการควรจัดแผนพัฒนาเพื่อยกระดับด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน รวมถึงชุมชนในพื้นที่ศึกษาควรจัดประชุมระดม และกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสร้างมีส่วนร่วมกันการพัฒนา ดูแล และบำรุงรักษา เพื่ออย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้คะแนนอยู่ระหว่าง 1.25 - 3.21 โดยส่วนใหญ่ อยู่ในระดับพอใช้ถึงดี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวเช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาควิชาการควรจัดแผนพัฒนาอบรมพัฒนา คุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงชุมชนในพื้นที่ศึกษา ควรให้ความสำคัญกับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และมีจิตการบริการต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวกับชุมชน

ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก ควรปรับปรุงได้คะแนนอยู่ระหว่าง 0 - 2.50 โดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับควรปรับปรุง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น บริษัทเอกชน และหน่วยงานภาควิชาการควรจัดแผนพัฒนาเพื่อด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก

ข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขอเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP รองรับการจำหน่ายและเชื่อมการท่องเที่ยวของชุมชนและสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นดังนี้

ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP 3 ชุมชน จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ส่วนชุมชนอื่น ๆ ควรใช้แนวทางและรูปแบบการประสานงานกับหน่วยงานระดับของกรมพัฒนาชุมชนระดับอำเภอและระดับจังหวัด เพื่อเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP สำหรับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่กำลังพัฒนาให้ได้คุณภาพต่อไป ส่วนการสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนชุมชนควรเน้นการทำออนไลน์เพิ่มมากขึ้นกว่าช่องเดิมที่ได้ดำเนินการไว้

ข้อเสนอแนะเพื่อแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมเป็นดังนี้

จากผลการวิจัยการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยวนำชุดความรู้ที่ได้จากผลวิจัยไปเรียนรู้และความเข้าใจ ภาพรวมของการท่องเที่ยว ดังนี้ ก่อนการท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ชุมชนได้นำไปดำเนินการดังนี้

ก่อนการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน ชุมชนจะต้องรู้จักพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปต้องทราบกลุ่มของนักท่องเที่ยวประเภทของนักท่องเที่ยวเช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะเรื่องหรือกลุ่มศึกษาดูงาน รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความต้องการเฉพาะแตกต่างกันไปตามประเด็นที่นักท่องเที่ยวสนใจ ต่อมาชุมชนต้องเที่ยวจะต้องทราบวิธีการในการบอกให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงแหล่งที่ตั้งของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวและต้องเตรียมนักสื่อความหมาย เส้นทางการท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยต้องรู้จักวิธีการสื่อสารระหว่างชุมชนเที่ยวกับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ให้สอดคล้องกับบริบทของเทคโนโลยีที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน การใช้โทรศัพท์มือถือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ชนิดต่างๆ ที่ชุมชนสามารถดำเนินการได้เองในปัจจุบันเพื่อที่จะบอกเล่าถึงจุดเด่นหรือจุดขายของชุมชนที่มีอยู่ในกิจกรรมเส้นทางโปรแกรมหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ได้กำหนดขึ้น

ในระหว่างการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยวจะต้องใช้หลักการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการให้บริการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ถ้าหากชุมชนมีความพร้อมในเรื่องการบริการก็สามารถจัดการบริการแบบองค์รวมให้กับนักท่องเที่ยวได้ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยวต่างๆ นักสื่อความหมาย รวมไปถึงที่พัก ร้านอาหาร ระบบการขนส่งภายในชุมชน ของฝากของที่ระลึกต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามหากพบว่าชุมชนท่องเที่ยวยังไม่พร้อมในบางเรื่องก็อาจจะต้องประสานงานกับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง

ยกตัวอย่างเช่นชุมชนมีกิจกรรม มีฐานการเรียนรู้ แต่ชุมชนไม่ได้มีร้านอาหารที่มีมาตรฐานหรือมีที่พักที่สะดวกสบาย ชุมชนก็จะต้องประสานงานกับร้านอาหารใกล้เคียงในพื้นที่รวมถึงที่พักโรงแรมต่างๆ ที่อยู่ใกล้กับชุมชนเพื่อให้สามารถเดินทางเข้าไปในชุมชนได้อย่างสะดวก ถือว่าเป็นการประสานงานร่วมกันระหว่างผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของชุมชนกับเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

หลังการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ชุมชนจะต้องเรียนรู้และมีการจัดการด้วย เนื่องจากว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องสร้างชื่อเสียง สร้างความประทับใจที่เกิดจาการท่องเที่ยว กระบวนหลังการท่องเที่ยวจะนำไปสู่เรื่องของการบอกต่อ ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำหรือหมายถึงนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวแล้วจะได้กลับเข้ามาเที่ยวใหม่อีกครั้งหรือบอกพรรคพวกเพื่อนฝูงให้ได้รู้จักกับชุมชนท่องเที่ยวที่ตนเองเคยเดินทางไปท่องเที่ยวมา ให้เข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ เนื่องจากว่ามีความประทับใจ มีจุดเด่น มีความตื่นเต้นในกิจกรรมหรือเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ได้กำหนดขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนากลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐาน อัตลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นดังนี้

จากผลการวิจัยได้ องค์ประกอบของกลไกและเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 1) วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 2) การปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือการปรับตัวต่อเปลี่ยนแปลง 3) การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว 4) การสร้างความรู้และเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน 5) กลไกและเครือข่ายนำไปสู่การจัดการ และควรสร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการพัฒนา 4 ส่วน ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยว ส่วนราชการ เครือข่ายธุรกิจในชุมชนและนอกชุมชน และหน่วยงานสนับสนุนทางวิชาการ เพื่อให้ทั้ง 4 ภาคีหนุนเสริมการทำงานร่วมกัน โดยเริ่มที่คนในชุมชนก่อนจะต้องรู้รากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อนเพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้มีความสามัคคีทำงานร่วมกันได้ โดยพัฒนาศักยภาพของคน โดย นำความรู้ ทักษะ และความสามารถที่เกี่ยวข้องเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยเข้าร่วมรับฟัง การบรรยาย การอบรม สัมมนา การศึกษาดูงาน และชุมชนท่องเที่ยวต้องสื่อสารกันเองในชุมชนและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่เข้าในชุมชนของตนเองได้ รวมถึงได้เสนอแนะหัวใจที่สำคัญคือการมีส่วนร่วม การสื่อสารพูดคุยเป็นการสื่อความเห็น การจบปัญหา รวมถึงการแก้ปัญหาต่างๆจากการระดมความคิดเห็นจากประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้องในท้องถิ่น ดังนั้นชุมชนควรจัดให้มีเวทีการพูดคุยร่วมกันคิด ร่วมวางแผนดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน

ส่วนข้อเสนอเชิงแนะนโยบายเป็นดังนี้

จากผลการวิจัยโดยภาพรวมหน่วยงานที่เกี่ยวการท่องเที่ยวรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาควรจัดทำควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนา 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวและกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยมีระยะเวลา 3-5 ปี มีเป้าประสงค์ที่สำคัญ 3 เรื่องใหญ่ ได้แก่ 1) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องกำหนดเป็นยุทธศาสตร์เพื่อใช้เป็นฐานสำหรับการพัฒนาระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อนำยุทธศาสตร์นี้ส่งต่อไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดเป็นนโยบายยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดต่อไป 2) มุ่งเน้นพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและนักสื่อความหมายที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทรัพยากรทางธรรมชาติ อัตลักษณ์และวิถีชีวิต ให้เห็นเป็นรูปธรรมภายในระยะเวลา 1-3 ปี 3) ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และเร่งสร้างกลไกในการขับเคลื่อนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงโดยสร้างภาคีส่วนร่วมระหว่างจังหวัดในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ให้เกิดการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในทุกระดับให้มีความผูกพันมีไมตรีจิตและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวทุกระดับให้มีความเชื่อมโยงกันตั้งแต่ระดับนโยบายและภาคีชุมชนท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

โดยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ มือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นเครื่องมือการเรียนรู้และเครื่องมือทางการตลาดเพื่อติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และควรจำแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงการดูแลรักษาทรัพยากรของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบต่อไป

สำหรับข้อเสนอเพื่อเกิดการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในระยะ 3-5 ปี เป็นดังนี้ คือ 1) การปรับเปลี่ยนแนวคิดเรื่องการวางรากฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการสร้างพันธมิตรแบบมีส่วนร่วมในชุมชนท่องเที่ยวให้ได้รู้จักกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวมากขึ้นเพื่อร่วมคิดร่วมทำให้เกิดการบูรณาการ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง 2) การกำหนดแนวทางการบริหารจัดการหรือการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องใช้ความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยทางการตลาดเพื่อเป็นตัวตั้งต้นให้สามารถกำหนดยุทธศาสตร์โครงการพัฒนารวมถึงการพัฒนากิจกรรมอย่างยั่งยืนที่จะเกิดการปฏิบัติและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 3) แนวทางการบริหารจัดการที่กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ควรอยู่บนพื้นฐานที่สามารถวัดความสำเร็จในเชิงปริมาณได้ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นต้น และควรวัดจากการรับรู้ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก เช่น การรับรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) การขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนงบประมาณระยะยาวทั้งงบประมาณจากส่วนกลาง งบประมาณกลุ่มจังหวัด งบประมาณจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและงบประมาณสนับสนุนผ่านกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้หน่วยงานที่มีงบประมาณในการบูรณการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

การพัฒนาการท่องเที่ยวท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอีกหลายประเด็นที่น่าสนใจ และคาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประเด็นที่ 1) นำความรู้ที่ได้จากการอบรม ศึกษาดูงาน และต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ถ่ายทอดเทคโนโลยีจากการวิจัยไปสู่ชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) ควรเน้นการวิจัยพัฒนานักสื่อความหมายของกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) ควรวิจัยเพื่อสร้างกลไกการมีส่วนร่วมภาคีเครือข่ายระดับลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จ 4) ควรวิจัยเกี่ยวเรื่องดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาตินำมาเชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อไปสู่การสร้างการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนและนำสู่ความยั่งยืนของทรัพยากรทางธรรมชาติของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . 2554. *แผนปฏิบัติการ เพื่อกำหนดสินค้าทางการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ.
2556. คู่มือจัดทำแผนตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี 2556.

ขัตติยา ขัติยวรา และคณะ (2560).โครงการการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการตลาดโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ตะเกียงน้ำมันแบบโบราณ ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

ชนิดาภา แก้วฉลวย. 2555. การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง จังหวัดกำแพงเพชร บทความวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

ชัยรัตน์ จุสปาโล (2556) การพัฒนารูปแบบการจัดการทรัพยากรชายฝั่งเพื่อการพึ่งตนเองของชาวประมงพื้นบ้านใน ต.เกาะสาหร่าย อ.เมือง จ.สตูล. รายงานวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ชัยรัตน์ จุสปาโล. (2557). การพัฒนาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบากันใหญ่ ตำบลเกาะสาหร่าย อำเภอเมือง จังหวัดสตูล. วารสารการประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 2. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยรัตน์ จุสปาโล. (2558). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมชุมชนรอบอ่าวปัตตานี จังหวัดปัตตานี. รายงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ชัยรัตน์ จุสปาโล. (2559). การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท่องเที่ยวอ่าวปัตตานี จังหวัดปัตตานี. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

เทพกร ณ สงขลา. 2554. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชนชน: กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์. 6: 1-12.

นิคม จารุมณี. 2544. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : บริษัทโอเอส พริ้นติ้งเฮ้าส์.

ผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาโดยชุมชน. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี. 2558. การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของชุมชนบ้านทุ่งมะปรัง อำเภอควนโดนและบ้านโตนปาหนัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล. สุทธิปริทัศน์. 97-111.

พจนา สวนศรี. 2546. *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Community-Based Tourism Handbook*. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท มายด์กราฟฟิก จำกัด.

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2556). แนวทางการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบ. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ญาณิ พายัพสาย และคณะ (2560) การวิเคราะห์ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน. บทความวิจัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Agrawal, A., & Gibson, C. C. (1999). Enchantment and disenchantment: The role of community in natural resource conservation. World Development, 27(4), 629-649.

Berkes Blackman, A., Foster, F., Hyvonen, T., Jewell, B., Kuiboer, A., & Moscardo, G. (2004)
Jay M.James. 1998.Modern food microbiology. Aspen Publishers.
www.comcec.org/UserFiles/File/WorkingGroups/Tourizim/...

Blanke and Chiesa. 2015. Insight Report. *The Travel @ Tourism Compatitiveness Report 2014*. Reducing Barriers Economic Growth and Job Creation.

D.A.et all.2013. COMMUNITY BASED TOURISM Finding the Equilibrium in the COMCEC Context Setting the Pathway for the Future. Retrieved on 5th May 2016, flom

Dickman, S. (1996), Tourism: An introductory text. 2nd ed. Hodder Education: Australia.

Huybers, T., & Bennett, J. (2003). Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations. Environmental and Resource Economics, 24(3),

Hughey, K. F. D., & Simmons, D. G. (2008). Connecting the sustainable livelihoods approach and tourism: A review of the literature. Journal of Hospitality and Tourism Management, 15(1), 19-31.

Jamal, T.B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning Annals of Tourism Research, 22(1), 186-204.

Jamal, T., & Getz, D. (1999). Community roundtables for tourism-related conlicts: The dialectics of consensus and process structures. Journal of Sustainable Tourism 7(3), 290-313.

Middleton, V.T.C. (1994) . Marketing in Travel and Tourism. Butterworth Heinemann : Oxford.

Murphy, P. E. 1985. Tourism: A Community Approach. New York: Methuen. Pearce, P.L., G. Moscardo and G. F. Ross. 1996. Tourism Community Relationships. UK, USA and Japan: Elsevier Science Ltd.

Murphy, P. E. (1983). Tourism as a community industry: An ecological model of tourism development. Tourism Management, 4(3), 180-193.

Perreault Jr, W., Cannon, J., & McCarthy, E. J. (2013). Basic marketing. McGraw-Hill Higher Education.

Reid, D. G., Mair, H., & George, W. (2004). Community tourism planning: A self-assessment instrument. Annals of Tourism Research, 31(3), 623-639.

Mcintosh, Rw.; and Goeldner. C.R. (1986). Tourism Principles, Practices, Philosophies. 5th ed. New York : John Wiley & Son. Inc.

Middleton, V.T.C. (1994) . Marketing in Travel and Tourism. Butterworth Heinemann:Oxford.

Halme, M. (2001). Learning for sustainable development in tourism networks.*Business strategy and the environment*, *10*(2), 100-114.

Mihalic, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. Tourism management, 21(1), 65-78.

Dolezal, C. (2011). Community-Based Tourism in Thailand: (Dis-) Illusions of Authenticity and the Necessity for Dynamic Concepts of Culture and Power. ASEAS-Austrian Journal of South-East Asian Studies, 4(1), 129-138.

Huybers, T., & Bennett, J. (2003). Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations. Environmental and Resource Economics, 24(3),

GLOBE '90. (1990). An Action Strategy for Sustainable Tourism. Ottawa: Tourism Canada.

World Tourism Organization. (1997) Tourism 2020 Vision. Madrid: WTO.

GLOBE ’90. (1990). An Action Strategy for Sustainable Tourism. Ottawa: Tourism Canada.

Hipwell, W.T. (2007). Taiwan aboriginal ecotourism Tanayiku Natural Ecology Park. Annals of Tourism Research, 34(4), 876-897.

Hiwasaki, L. (2006). Community-based tourism: A oatgway to sustainability for Japan”s protected areas. Society & Natural Resources, 19(8), 675-692.

Huybers, T., & Bennett, J. (2003). Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations. Environmental and Resource Economics, 24(3),

Hughey, K. F. D., & Simmons, D. G. (2008). Connecting the sustainable livelihoods approach and tourism: A review of the literature. Journal of Hospitality and Tourism Management, 15(1), 19-31.

Innes, J. E. (1996). Planning through consensus building: A new view of the comprehensive planning ideal. Journal of the American Planning Association, 62(4), 460-472.

Inskeep, E. (1991). Tourism planning: An intergrated and sustainable development approach. New York, NY: Van Nostrand Reinhold.

Jain, N., & Triraganon, R. (2003). Community-based tourism for conservation and development: A training manual. Bangkok, Thailand: Regional Community Forestry Training Center and the Mountain Institue.

Jamal, T.B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning Annals of Tourism Research, 22(1), 186-204.

Jamal, T., & Getz, D. (1999). Community roundtables for tourism-related conlicts: The dialectics of consensus and process structures. Journal of Sustainable Tourism 7(3), 290-313.

Kibicho, W. (2008). Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach. Journal of Sustainable Tourism. 16(2), 211-231.

Leksakundilok, A., & Hirsch, P. (2008). Community-based ecotourism in Thailand. In J. Connell & B. Rugendyke (Eds.), Tourism at the grassroots: Villagers and visitors in the Asia Pacific (pp. 214-235). New York, NY: Routledge.

Kiss, A. (2004). Is community-based ecotourism a good use of biodiversity conservation funds? Trends in Ecology & Evolution, 19(5), 232-237.

Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008). Corporate Entrepreneurship & Innovation. Mason, Ohio: Thomson South-Western.

Matthew, K., & Bahaudin, G. M. (2007).“Understanding Corporate Entrepreneurship and development: A Practitioner View of Organizational Intrapreneurship.” The Journal of Applied Management and Entrepreneurship, 12(3). pp.73-88.

Murphy, P. E. 1985. Tourism: A Community Approach. New York: Methuen. Pearce, P.L., G. Moscardo and G. F. Ross. 1996. Tourism Community Relationships. UK, USA and Japan: Elsevier Science Ltd.

Murphy, P. E. (1983). Tourism as a community industry: An ecological model of tourism development. Tourism Management, 4(3), 180-193.

Manyara, G.,& Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. Journal of Sustainable Tourism, 15(6),628-644.

Mcintosh, Rw.; and Goeldner. C.R. (1986). Tourism Principles, Practices, Philosophies. 5th ed. New York : John Wiley & Son. Inc.*strategy and the environment*, *10*(2), 100-114.

Mowforth, M.,& Munt, I. (2009). Tourism and sustainability: Development and new tourism in the Third World (3rd ed.) New York, NY: Routledge.

Orams, M.B. (1995). Towards a more desirable form of ecotourism. Tourism Management, 16(1), 3-8.

Pongporat, K.,& Pongquan, S. (2007). Community participation in a local tourism planning process: A case study of Nathon couumunity on Samui Island, Thailand. Asia-Pacific Journal of Rural Development, 17(2), 27-46.

Reid, D. G., Mair, H., & George, W. (2004). Community tourism planning: A self-assessment instrument. Annals of Tourism Research, 31(3), 623-639.

Rocharungsat, P. (2008). Community-based tourism in Asia. In G. Moscardo (Ed.), Building community capacity for tourism development (pp.60-74). Combridge, MA: CABI International.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. and Gremler, D.D. (2006). Services Marketing : Intergrating Customer Focus Across the Firm. 4th ed. Singapore: McGraw-Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบฟอร์มการลงทะเบียนผู้ประกอบการ OTOP ปี 2562

แบบฟอร์มการลงทะเบียนผู้ประกอบการ OTOP ชวนชิม ปี ๒๕๖2

คำอธิบาย กรุณากรอกข้อมูลให้ถูกต้องครบถ้วนลงในช่องว่างหรือทำเครื่องหมาย / ลงใน □ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

๑. ข้อมูลกลุ่ม/องค์กร/เจ้าของกิจการ

๑.๑
ชื่อ/ชื่อกิจการ.....
ที่อยู่ บ้านเลขที่ ..... ซอย ..... ถนน ..... หมู่ที่.....
ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... อีเมล์.....
๑.๔ รายการ OTOP ชวนชิม ที่จำหน่าย (โปรดระบุ)
๑) .....
๒) .....
๓) .....
๔) .....
๕) .....
ข้าพเจ้าขอรังรองว่าข้อความข้างต้น ข้าพเจ้าเป็นผู้กรอกข้อมูลด้วยตนเองและเป็นความจริงทุกประการ

□ รับรอง □ ไม่รับรอง เนื่องจาก.....
.....
.....

ลงชื่อ.....
(.....)
ตำแหน่ง พัฒนาการอำเภอ หรือ ผู้แทน
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

รหัสประจำตัวผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. ๒๕๖2
□□□□□□□□□ (เฉพาะเจ้าหน้าที่เป็นผู้กรอกเมื่อรับลงทะเบียนแล้ว)

แบบฟอร์มการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี ๒๕๖2

การลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อให้มีข้อมูลสำหรับการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์ OTOP

คำอธิบาย กรุณากรอกข้อมูลให้ถูกต้องครบถ้วนลงในช่องว่างหรือทำเครื่องหมาย / ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

๑. ข้อมูลกลุ่ม / องค์กร / เจ้าของกิจการ

๑.๑ ตั้งอยู่ในเขต ☐ เขตอบต. ☐ เขตเทศบาล ☐ เขตกทม.

1.2 ☐ เป็นผู้ประกอบการรายใหม่

๑.3 ข้อมูลกลุ่ม / องค์กร / เจ้าของกิจการ

ชื่อ/ชื่อกิจการ.....

ที่อยู่ บ้านเลขที่ ..... ซอย ..... ถนน ..... หมู่ที่.....

ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด.....

โทรศัพท์..... โทรสาร..... อีเมล์.....

ประเภทอาคารที่ทำการกลุ่ม/ องค์กร / เจ้าของกิจการ คือ

☐ อาคารที่พักส่วนบุคคล ☐ ศาลากลางบ้าน ☐ ศาลาวัด ☐ อาคารเอนกประสงค์

☐ ศูนย์ข้อมูลระดับหมู่บ้าน/ตำบล ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๑.4 กลุ่ม / องค์กร / เจ้าของกิจการ ดำเนินกิจกรรมงานพัฒนาชุมชน / OTOP (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ โดยให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบจากฐานข้อมูลกิจกรรมพัฒนาชุมชนระดับอำเภอ)

-ท่านเคยเข้าร่วมโครงการพัฒนาเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือไม่

☐ ไม่เคย ☐ เคย โปรดระบุปีที่เข้าร่วมโครงการฯ ปี พ.ศ. .....

มีสมาชิกในกลุ่ม/กิจการ ได้เข้าร่วมโครงการพัฒนาเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือไม่

☐ ไม่มี ☐ มี จำนวน.....คน

รายชื่อเยาวชนที่เข้าร่วม 1..... ปีที่เข้าร่วม.....

2..... ปีที่เข้าร่วม.....

-ท่านเคยเข้าร่วมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ด้านการผลิตหรือไม่

☐ ไม่เคย ☐ เคย โปรดระบุปีที่เข้าร่วมโครงการฯ เมื่อ ปี พ.ศ. .....

-ท่านเคยเข้าร่วมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ หรือไม่

☐ ไม่เคย ☐ เคย โปรดระบุปีที่เข้าร่วมโครงการฯ เมื่อ ปี พ.ศ. .....

☐ ได้ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของกรมการพัฒนาชุมชน

-อยู่

☐ อยู่ในพื้นที่หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว (OVC)

-ในรอบหนึ่งปีที่ผ่านมา เคยเข้าร่วมแสดงหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับประเทศหรือไม่

☐ ไม่เคย

☐ ได้เคยเข้า

OTOP ในต่างประเทศหรือไม่

☐ ไม่เคย ☐ ได้เคยเข้าร่วม (โปรดระบุ).....

๒. ลักษณะของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ

๒.๑ ☐ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน

☐ ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ

☐ เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เลขทะเบียนวิสาหกิจชุมชน.....

จัดตั้งเมื่อ วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ..... จำนวนสมาชิก.....คน

ยอดจำหน่ายโดยเฉลี่ยต่อปีของกลุ่ม.....บาท/ปี(ไม่หักค่าใช้จ่าย)

กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ได้รับการสนับสนุนการจัดตั้งโดย

☐ กรมการพัฒนาชุมชน ☐ เกษตร ☐ กศน. ☐ อุตสาหกรรม

☐ พาณิชย์ ☐ สาธารณสุข ☐ สถาบันการศึกษา(ระบุ).....

☐ กลุ่มจัดตั้งเอง ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

๒.๑.1 กลุ่มของท่านมีสมาชิกจำนวน (โปรดระบุ).....คน

๒.๑.2 กลุ่มของท่านมีคณะกรรมการบริหารกลุ่มจำนวนเท่าใด (โปรดระบุ).....คน

๒.๑.3 กลุ่มของท่านมีการประชุมคณะกรรมการบริหารกลุ่มหรือไม่

☐ ไม่มี ☐ มี (กรณีมีเลือกตอบเพียงข้อเดียว)

☐ ๑-๒ ครั้ง ต่อเดือน ☐ มากกว่า ๓ ครั้ง ต่อเดือน

☐ ๑-๓ ครั้ง ต่อปี ☐ มากกว่า ๔ ครั้ง ต่อปี

๒.๑.4 กลุ่มของท่านมีการจัดทำระเบียบข้อบังคับของกลุ่มหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

๒.๑.๕ กลุ่มของท่านมีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิกกลุ่มหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

๒.๑.๖ กลุ่มของท่านมีการจัดทำงบการเงิน – งบดุล หรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

๒.๒ ☐ ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว เลขทะเบียนพาณิชย์(ถ้ามี).....

เริ่มดำเนินกิจการเมื่อ วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ..... จำนวนแรงงาน.....คน
รายได้เฉลี่ย.....บาท/ปี(ไม่หักค่าใช้จ่าย)

๒.๓ ☐ ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เลขทะเบียนนิติบุคคล (ออกโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า).....

จัดตั้งเมื่อ วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ..... จำนวนแรงงาน.....คน
รายได้เฉลี่ยของกลุ่ม.....บาท/ปี(ไม่หักค่าใช้จ่าย)

๒.๔ ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม/เริ่มทำธุรกิจ

☐ 1-3 ปี ☐ 3-5 ปี ☐ 5 ปี ขึ้นไป

๓. ข้อมูลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพัน/ประธานกลุ่ม / เจ้าของกิจการ / ผู้ที่ได้รับมอบอำนาจ

ชื่อ (นาย / นาง / นางสาว).....นามสกุล.....
วัน / เดือน / ปี เกิด .....หมายเลขประจำตัวประชาชน.....
ที่อยู่เลขที่..... ซอย.....ถนน .....หมู่ที่.....
ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์ .....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... อีเมล์.....

กรณีที่มีการมอบอำนาจ

ชื่อ(นาย / นาง / นางสาว).....นามสกุล.....
วัน / เดือน / ปี เกิด .....อายุ.....ปี
หมายเลขประจำตัวประชาชน.....ที่อยู่เลขที่..... ซอย.....ถนน
..... หมู่ที่.....ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต..... จังหวัด
.....รหัสไปรษณีย์ ..... โทรศัพท์.....โทรสาร
.....อีเมล์.....

๔. แรงงานที่ใช้ในการผลิต ของกลุ่ม/กิจการ

รวมจำนวนทั้งหมด.....คน ได้แก่

☐ ใช้แรงงานที่มีฝีมือและทักษะ

☐ ใช้แรงงานทั่วไป แยกเป็น...

☐ แรงงานประจำ ☐ แรงงานไม่ประจ

๕. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในกลุ่ม/กิจการ

☐ กู้จากแหล่งทุนนอกชุมชน

☐ ธนาคารออมสิน ☐ ธนาคารกรุงไทย ☐ ธนาคารไทยพาณิชย์ ☐ ธนาคารกรุงเทพ

☐ SMEs Bank ☐ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ☐ อื่นๆ (โปรระบุ).....

☐ กู้จากแหล่งทุนในชุมชน

☐ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ☐ สถาบันการจัดการเงินทุนชุมชน

☐ กองทุนหมู่บ้าน ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

☐ กู้จากบุคคลในชุมชน

☐ ญาติ ☐ ☐นายทุน ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

☐ กู้จากบุคคลนอกชุมชน

☐ ญาติ ☐ ☐นายทุน ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

☐ เงินทุนของกลุ่ม (กรณีกลุ่ม โปรดระบุ) จำนวน.....บาท

☐ เงินทุนของเจ้าของกิจการ (กรณีเป็นเจ้าของรายเดียว/SME)จำนวน.....บาท

☐ อื่นๆ นอกเหนือจากข้างต้น (โปรดระบุ).....

๖. ลักษณะความเชื่อมโยงกับชุมชน

๖.๑ กลุ่ม/กิจการของท่าน เชื่อมโยงกับชุมชนในลักษณะ (เลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

☐ ใช้แรงงานในท้องถิ่น ☐ ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น☐ ☐ ชุมชนร่วมบริหารจัดการ ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

๖.๒ กลุ่ม/กิจการของท่าน มีการจัดสรรผลกำไรบางส่วนให้กับชุมชน หรือไม่

☐ ไม่มี ☐ มี (ระบุ).....

๗. ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ที่เป็นสินค้า OTOP มีจำนวน.....ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

๑. ประเภทอาหาร ๒. ประเภทเครื่องดื่ม ๓. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย

๔. ประเภทของใช้ ๕. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

๗.๑ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๒ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๓ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๔ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๕ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๖ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๗ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๘ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๙ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๗.๑๐ ชื่อผลิตภัณฑ์..... ประเภท ☐.....

๘. การส่งผลิตภัณฑ์สมัครเข้ารับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

8.1 ประวัติการส่งผลิตภัณฑ์สมัครเข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

☐ ยังไม่เคยสมัครเข้ารับการคัดสรรหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

☐ ได้เคยสมัครเข้ารับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

☐ พ.ศ. ๒๕๔7 ระบุชื่อผลิตภัณฑ์.....ประเภท.....ระดับ.....ดาว

☐ พ.ศ. ๒๕๔9 ระบุชื่อผลิตภัณฑ์.....ประเภท.....ระดับ.....ดาว

☐ พ.ศ. ๒๕51 ระบุชื่อผลิตภัณฑ์.....ประเภท.....ระดับ.....ดาว

☐ พ.ศ. ๒๕53 ระบุชื่อผลิตภัณฑ์.....ประเภท.....ระดับ.....ดาว

☐ พ.ศ. ๒๕55 ระบุชื่อผลิตภัณฑ์.....ประเภท.....ระดับ.....ดาว

☐ พ.ศ. ๒๕57 ระบุชื่อผลิตภัณฑ์.....ประเภท.....ระดับ.....ดาว

☐ พ.ศ. ๒๕59 ระบุชื่อผลิตภัณฑ์.....ประเภท.....ระดับ.....ดาว

๘.๒ ท่านมีความประสงค์ในการส่งผลิตภัณฑ์สมัครเข้ารับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือไม่

☐ ประสงค์ โดยจัดส่งผลิตภัณฑ์(ระบุ).....

เข้าคัดสรรฯในประเภท.....

☐ ไม่ประสงค์ (ระบุเหตุผล).....

๙. การจัดทำแผนธุรกิจ

๙.๑ กลุ่ม/ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ มีการจัดทำแผนธุรกิจหรือไม่ (ถ้าตอบว่าไม่มีให้ข้ามไปทำข้อ ๑๐)

☐ มี ☐ ไม่มี

๙.๒ แผนธุรกิจของท่าน ได้กำหนดแผนด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

☐ แผนการตลาด ☐ แผนการผลิต ☐ แผนการจัดการ ☐ แผนการเงิน

๙.๓ แผนธุรกิจของท่านได้เคยรับอนุมัติจากธนาคารหรือสินเชื่อใดหรือไม่

☐ ได้รับ จาก (โปรดระบุ)..... ☐ ไม่ได้รับ

๙.๔ กลุ่มของท่านได้เคยส่งแผนธุรกิจเข้าประกวดแผนธุรกิจหรือไม่

☐ ไม่เคยเข้าร่วมประกวด

☐ เคย โดยเข้าประกวดในระดับ(เลือกได้หลายข้อ)

☐ อำเภอ ☐ จังหวัด ☐ ภาค ☐ ประเทศ

๑๐. การบริหารจัดการ

10.1 การจัดทำระบบบัญชี ☐ ไม่มี ☐ จัดทำแบบง่ายๆไม่เป็นระบบ ☐ จัดทำตามระบบบัญชี

10.2 ระบบการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตสู่ตลาด

☐ ไม่มี/ผู้ซื้อเป็นผู้จัดการระบบขนส่งสินค้า

☐ มีแต่ไม่เป็นระบบ (ส่งตามความต้องการของลูกค้า) เช่น รถทัวร์ รถไฟ เป็นต้น

☐ มีระบบขนส่งสินค้าอย่างเป็นระบบ

10.3 การจัดทำสต๊อกวัตถุดิบ ☐ มี ☐ ไม่มี

10.4 การตรวจสอบคุณภาพสภาพสินค้า ☐ มี ☐ ไม่มี

11. ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP มีการจดทะเบียนหรือแจ้งข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาหรือไม่

☐ ไม่มี

☐ มี ทรัพย์สินทางปัญญาประเภท

☐สิทธิบัตร ☐ อนุสิทธิบัตร ☐เครื่องหมายการค้า ☐ ลิขสิทธิ์

☐ความลับทางการค้า ☐ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ☐ แผนผังภูมิของวงจรรวม

☐การคุ้มครองพันธุ์พืช☐ ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

12. ในรอบปีที่ผ่านมาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านใด

☐ เงินทุน จำนวน.....บาท แยกเป็น

1. กระทรวงมหาดไทย จำนวน.....บาท

2. กระทรวงพาณิชย์ จำนวน.....บาท

3. กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน.....บาท

4. กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ จำนวน.....บาท

5. กระทรวงสาธารณสุข จำนวน.....บาท

6. กระทรวงเกษตรฯ จำนวน.....บาท

7. อื่นๆ (โปรดระบุ) ..... จำนวน.....บาท

☐ องค์ความรู้ จำนวน.....ครั้ง แยกเป็น

1. กระทรวงมหาดไทย จำนวน.....ครั้ง

2. กระทรวงพาณิชย์ จำนวน.....ครั้ง

3. กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน.....ครั้ง

4. กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ จำนวน.....ครั้ง

5. กระทรวงสาธารณสุข จำนวน.....ครั้ง

6. กระทรวงเกษตรฯ จำนวน.....ครั้ง

7. อื่นๆ (โปรดระบุ) ..... จำนวน.....ครั้ง

☐ วัสดุ/ครุภัณฑ์ (คิดมูลค่าเป็นจำนวนเงิน) จำนวน.....บาท แยกเป็น

1. กระทรวงมหาดไทย จำนวน.....บาท

2. กระทรวงพาณิชย์ จำนวน.....บาท

3. กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน.....บาท

4. กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ จำนวน.....บาท

5. กระทรวงสาธารณสุข จำนวน.....บาท

6. กระทรวงเกษตรฯ จำนวน.....บาท

7. อื่นๆ (โปรดระบุ) ..... จำนวน.....บาท

☐ ตลาดและการจำหน่าย (คิดมูลค่ารวมจากยอดจำหน่าย) จำนวน.....บาท แยกเป็น

1. กระทรวงมหาดไทย จำนวน.....บาท
2. กระทรวงพาณิชย์ จำนวน.....บาท
3. กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน.....บาท
4. กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ จำนวน.....บาท
5. กระทรวงสาธารณสุข จำนวน.....บาท
6. กระทรวงเกษตรฯ จำนวน.....บาท
7. อื่นๆ (โปรดระบุ) ..... จำนวน.....บาท

13. ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ มีความต้องการได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการผลิตเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า ๑ เรื่อง)

☐ วิธีการปลูกทดแทน หรือ จัดหาวัสดุทดแทน ☐ การนำวัสดุอื่นมาผสมผสานในการผลิต

☐ การป้องกันอันตรายจากการใช้สารเคมีเพื่อการผลิต ต่อผู้ผลิต ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

☐ การผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดอันตราย ต่อผู้ผลิต ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

14. ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เคยนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย หรือ ส่งไปจำหน่ายที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

☐ ภายในจังหวัด ☐ ภายในประเทศ ☐ ต่างประเทศ

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าข้อความข้างต้น ข้าพเจ้าเป็นผู้กรอกข้อมูลด้วยตนเองและเป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ..... ผู้ยื่นลงทะเบียน

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

การเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในชุมชน

☐ รับรอง ☐ ไม่รับรอง เนื่องจาก.....

.....

.....

ลงชื่อ..... ผู้รับเอกสารลงทะเบียน ลงชื่อ.....

(.....) (.....)

ตำแหน่ง..... ตำแหน่ง ประธาน เครือข่าย OTOP อำเภอ/เขต หรือ ผู้แทนวันที่.....

เดือน.....พ.ศ..... วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ที่ของผลิตภัณฑ์ □□

รหัสประจำตัวผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี ..... □□□□□□□□□□ (เฉพาะเจ้าหน้าที่)

แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ปี ๒๕๖2

๑. ข้อมูลผลิตภัณฑ์

๑.๑ ชื่อผลิตภัณฑ์ .....

๑.๒ ประเภทผลิตภัณฑ์ □ (เลือกได้ประเภทเดียว)

□ ๑.อาหาร (เลือกได้ประเภทเดียว)

□ผลิตผลเกษตรบริโภคสด □ ผลิตผลเกษตรแปรรูป

□อาหารแปรรูปสำเร็จรูป/กึ่งสำเร็จรูป □ อื่นๆ(ระบุ).....

□ ๒. เครื่องดื่ม (เลือกได้ประเภทเดียว)

□เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ □เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

□อื่นๆ (ระบุ).....

□ ๓. ผ้าและเครื่องแต่งกาย(เลือกได้ประเภทเดียว)

□เสื้อผ้า □ เครื่องประดับ □ หมวก □อื่นๆ (ระบุ).....

□ ๔. ของใช้ ฯ □(เลือกได้ประเภทเดียว)

□ ไม้ □หนัง □ โลหะ □ พลาสติก □ ผ้า

□กระดาษ □อื่นๆ(ระบุ).....

□ ๕. สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร (เลือกได้ประเภทเดียว)

□ เครื่องสำอาง □ ยาสมุนไพร □ วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน

□ อื่นๆ เช่น น้ำมันหอมระเหย ปุ๋ย(ระบุ).....

๒. ข้อมูลกลุ่ม / องค์กร / เจ้าของกิจการ

ชื่อกลุ่ม/องค์กร/เจ้าของกิจการ.....

ชื่อประธานกลุ่ม / เจ้าของกิจการ / ผู้ที่ได้รับมอบอำนาจ.....

..... โทรศัพท์ที่ติดต่อได้.....

๓. ภาพผลิตภัณฑ์

ภาพผลิตภัณฑ์ขนาด ๔” x ๖” จำนวน ๑ ภาพ

ภาพผลิตภัณฑ์ขนาด ๔” x ๖”

3.1 ราคาจำหน่ายปลีกต่อหน่วย(ของผลิตภัณฑ์ตามภาพ)..... บาท/
(โปรดระบุลักษณะปริมาณ/ขนาดของผลิตภัณฑ์).....

3.2 ราคาจำหน่ายส่งต่อหน่วย(ของผลิตภัณฑ์ตามภาพ)..... บาท/
(โปรดระบุลักษณะปริมาณ/ขนาดของผลิตภัณฑ์).....

3.3 เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้สูงสุด/ยอดขายสูงสุด หรือไม่ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

3.4 การจัดแบ่งกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ตามคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ (SEGMENT)

1. ให้เลือกคำตอบข้อที่ตรงตามความสามารถสูงสุดของผลิตภัณฑ์เพียงข้อเดียวในแต่ละด้าน

2. ในกรณีที่เลือกคำตอบด้านที่ 1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นข้อ 1.3 นั้น ไม่ต้องกรอกข้อมูลในส่วนที่เหลือ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ได้ถูกจัดเข้ากลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ กลุ่ม D เท่านั้น

3. ในกรณีที่เลือกคำตอบด้านที่ 1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นข้อ 1.1 หรือ 1.2 ให้กรอกข้อมูลในด้านที่ 2 – ด้านที่ 5 ให้ครบถ้วนทกด้าน

☐ 2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ (เช่น อย./ Primary GMP/มผช./มอก. ฯลฯ) หรือมาตรฐานที่ตลาดสินค้าหรือกฎหมายกำหนด

☐ 3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใดๆ

<u>หมายเหตุ</u> กรณีที่เลือกข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ให้ข้ามไปทำส่วนถัดไป ไม่ต้องกรอกข้อมูล ข้อที่ 2-5

3.4.2 ด้านศักยภาพการผลิต

☐ 1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม และผลิตได้ตามคำสั่งซื้อทั้งคุณภาพและปริมาณ ในจำนวนมาก

☐ 2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลาง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงเดิม

☐ 3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตต่ำ ไม่สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม

3.4.3 ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต

☐ 1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน หรือใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ในการผลิตปริมาณมาก

☐ 2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน

☐ 3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่ยุ่งยากซับซ้อน ต้องใช้ทักษะฝีมือและความคิดสร้างสรรค์ และใช้ ระยะเวลานานในการผลิตปริมาณน้อย

3.4.4 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

☐ 1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและมีรูปแบบเป็นที่นิยมของตลาด

☐ 2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ หรือการออกแบบที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว เป็นงานหัตถกรรมประณีตศิลป์ที่ต้องใช้ภูมิปัญญา ศิลปะ หรือลวดลายที่ต้องใช้ฝีมือ นำเสนอและสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์

☐ 3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนารูปแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แต่ไม่ต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควร

☐ 4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย และรูปแบบไม่ตรงกับความต้องการของตลาด

<u>หมายเหตุ</u>

1. ในกรณีที่เลือกข้อ 3.1 มาก่อนแล้วนั้น จะสามารถเลือกข้อ 4 ได้เพียงข้อ 4.1 เพียงข้อเดียว ไม่สามารถเลือกข้อ 4.2 – 4.4 ได้ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวไม่สัมพันธ์กับข้อ 1.1 และ 2.1 และ 3.1 ซึ่งมีความเป็นมาตรฐานและศักยภาพการผลิตสูง

2. ในกรณีที่เลือก ข้อ 3.2 มาก่อนแล้วนั้น จะสามารถเลือกข้อ 4 ได้ ในข้อ 4.3 หรือ 4.4 เท่านั้น ไม่สามารถเลือกข้อ 4.1 และ 4.2 เนื่องจากข้อมูลดังกล่าว ไม่สัมพันธ์กับข้อก่อนหน้านี้

3. ในกรณีที่เลือก ข้อ 3.3 มาก่อนหน้านี้ จะสามารถเลือกข้อ 4 ได้ ในข้อ 4.2 เท่านั้น เนื่องจากข้อมูลมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน

3.4.5 ด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์

☐ 1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออก หรือจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ หรือสนามบิน หรือModern Trade และมีการส่งออกในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

☐ 2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะเจาะจงของผลิตภัณฑ์นั้นๆ (niche market) ซึ่งอาจมีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ หรือมีสถานที่จำหน่ายเฉพาะของผลิตภัณฑ์

☐ 3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายเฉพาะในตลาด/ร้านค้าที่อยู่ในภูมิภาค ร้านของฝาก/ของที่ระลึกของจังหวัดหรือร้านค้าที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ห้างในจังหวัด หรือมีสถานที่ฝากขายถาวร หรือมีผู้มารับต่อเนื่อง เพื่อไปจำหน่ายต่อหรือนำไปบรรจุใหม่

☐ 4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเฉพาะในร้านค้าชุมชน หรือตลาดในอำเภอ/จังหวัด หรือขายปลีกทั่วไป

<u>หมายเหตุ</u> 1. ในกรณีที่เลือกข้อ 4.1 มาก่อนแล้วนั้น จะสามารถเลือกข้อ 5 ได้เพียงข้อ 5.1 เพียงข้อเดียว ไม่สามารถเลือกข้อ 5.2 – 5.4 ได้เนื่องจากข้อมูลไม่สัมพันธ์กับข้อก่อนหน้านี้

2. ในกรณีที่เลือกข้อ 4.2 มาก่อนแล้วนั้น จะสามารถเลือกข้อ 5 ในข้อ 5.1 – 5.4 ได้ แต่ไม่สามารถเลือกข้อ 5.1 ได้ เนื่องจากข้อมูลไม่สัมพันธ์กับข้อก่อนหน้านี้

3. ในกรณีที่เลือกข้อ 4.3 หรือ 4.4 มาก่อนแล้วนั้น จะสามารถเลือกข้อ 5 ในข้อ 5.1 ,5.3 หรือ 5.4 ได้ แต่ไม่สามารถเลือกข้อ 5.2 ได้ เนื่องจากข้อมูลไม่สัมพันธ์กับข้อก่อนหน้านี้

เกณฑ์การพิจารณาผลิตภัณฑ์ตาม Segment

A = 1.ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อ 1.1 หรือ 1.2 2.ด้านศักยภาพการผลิตฯ ข้อ 2.1 3. ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ข้อ 3.1 หรือ 3.2 4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อ 4.1 5.ด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ ข้อ 5.1
B = 1.ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อ 1.1 หรือ 1.2 2.ด้านศักยภาพการผลิตฯ ข้อ 2.2 หรือ 2.3 3. ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ข้อ 3.3 4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อ 4.2 5.ด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ ข้อ 5.1 หรือ 5.2 หรือ 5.3 หรือ 5.4
C = 1.ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อ 1.1 หรือ 1.2 2.ด้านศักยภาพการผลิตฯ ข้อ 2.2 หรือ 2.3 3. ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ข้อ 3.2 4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อ 4.3 หรือ 4.4 5.ด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ ข้อ 5.1 หรือ ข้อ 5.3 หรือ 5.4
D = 1.ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อ 1.3

***ผลการจัดกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์

อยู่ในกลุ่มประเภท

☐ A **กลุ่มดาวเด่นสู่สากล** ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง และผลิตได้จำนวนมากอย่างต่อเนื่อง มีตลาดจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ มีกำลังผลิตที่รองรับการสั่งซื้อได้ในปริมาณมากและมีศักยภาพในการส่งออกตลาดต่างประเทศได้ในระยะยาว

☐ B **กลุ่มอนุรักษ์ สร้างคุณค่า** ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง ผลิตได้จำนวนน้อย เพราะมีขั้นตอนและกระบวนการผลิตยากและซับซ้อน เป็นงานหัตถกรรมประณีตศิลป์ มีเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละชิ้นต้องใช้ระยะเวลาในการผลิต โดยไม่สามารถผลิตสินค้าที่เหมือนกันในปริมาณมากได้ และผลิตเพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

☐ C **กลุ่มพัฒนาสู่การแข่งขัน** ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพระดับพื้นฐานตามที่กฎหมาย หรือมาตรฐานอื่นที่รองรับกระบวนการผลิตไม่มีความซับซ้อน ผลิตได้จำนวนมาก สามารถรองรับปริมาณการสั่งซื้อจำนวนมากได้ และมีกำลังการผลิตเพียงพอ หรือมีกำลังการผลิตในลักษณะเป็นเครือข่าย มีตลาดจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน และสามารถเข้าสู่การแข่งขันในตลาดได้

☐ D **กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา** ผลิตภัณฑ์มีการผลิตง่าย ไมซับซ้อน ผลิตได้จำนวนน้อย ยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐาน และมีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในตัวผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตและการบริหารจัดการเพื่อเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน

***ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน ให้สามารถเข้ามาแก้ไขปรับปรุงข้อมูลได้ทุกไตรมาส โปรแกรมก็จะประมวลผลการจัดกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ใหม่

๔. ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

๕. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ

☐ อย. เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ มผช. เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ มอก. เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ ฮาลาล เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ Q เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ GMP เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ GAP เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ HACCP เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ เกษตรอินทรีย์ เลขที่ ..... ลงวันที่..... สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ อื่น ๆ ระบุ.....เลขที่ ..... ลงวันที่.....
สิ้นสุดวันที่ ..... (ถ้ามี)

☐ อยู่ระหว่างการยื่นขอ(โปรดระบุ).....

เลขที่คำขอ ..... ลงวันที่.....

6. การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

☐ ผลิตภัณฑ์ไม่เคยยื่นจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

☐ ผลิตภัณฑ์ของท่านยื่นขอจดทรัพย์สินทางปัญญาประเภท

☐ สิทธิบัตรการประดิษฐ์ เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อวันที่.....เดือน.....ปี.....

☐ อนุสิทธิบัตร เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ เครื่องหมายการค้า เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ ลิขสิทธิ์ เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ ความลับทางการค้า เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ แบบผังภูมิของวงจรรวม เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ การคุ้มครองพันธุ์พืช เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ อื่นๆ (ระบุ) ..... เมื่อวันที่ .....เดือน.....ปี.....

☐ สถานะปัจจุบันในการคุ้มครองสิทธิตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

☐ มีอายุการคุ้มครองสิทธิ ☐ หมดอายุการคุ้มครองสิทธิ

7. การผลิตและการเก็บรักษา

7.1 ผลิตภัณฑ์มีการผลิตได้ในลักษณะ(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ผลิตได้จำนวน(ระบุจำนวนขนาด/ปริมาณ) .....ต่อวัน

☐ ผลิตได้จำนวน (ระบุจำนวนขนาด/ปริมาณ).....ต่อเดือน

☐ ผลิตได้จำนวน (ระบุจำนวนขนาด/ปริมาณ).....ต่อปี

7.2 ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาในช่วงระยะเวลา

☐ ยังไม่ระบุ ☐ 1-3 วัน ☐ ไม่เกิน 7 วัน ☐ 1 เดือน ☐ 2 เดือน ☐ 3 เดือน

☐ นานกว่า 3 เดือน ถึงหนึ่งปี ☐ มากกว่าหนึ่งปีขึ้นไป

8. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย / เรื่องราวของผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

9. สถานที่จำหน่าย

☐ **ในประเทศ**

☐ จำหน่ายเอง ☐ ผ่านตัวแทน ☐ อื่นๆ (ระบุ).....เลขที่ .....

ซอย ..... ถนน ..... หมู่ที่.....บ้าน.....ตำบล/แขวง .....อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์ .....

☐ ห้างสรรพสินค้า (ระบุชื่อ).....จังหวัด.....

☐ ตลาด(ระบุชื่อ) .....จังหวัด..... ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

ยอดปริมาณการจำหน่ายจำนวน.....ชิ้น /เดือน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน.....บาท

☐

ต่างประเทศ

☐ จำหน่ายเอง ☐ ☐ ผ่านตัวแทน ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

☐ **ความต้องการตัวแทนจำหน่าย**

☐ ดำเนินการผลิตและจำหน่ายเอง ☐ ต้องการตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ☐ต้องการตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ

๑0. แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า

☐ ตลาดในจังหวัด ☐ ตลาดภายในประเทศ ☐ ตลาดต่างประเทศ

11. สถานภาพการขายในปัจจุบัน (เลือกได้มากกว่า ๑ ข้อ)

☐ จำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง ☐ มีตัวแทนในประเทศ (ระบุ)..... ☐ มีตัวแทนในต่างประเทศ (ระบุชื่อประเทศ)..... ☐ดำเนินการส่งออกด้วยตนเอง (ระบุชื่อประเทศ)..... ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

12. หากท่านเคยส่งสินค้าออกด้วยตนเอง ท่านหาผู้ซื้อจากต่างประเทศด้วยวิธีการใด

☐ ติดต่อผ่านนายหน้า หรือใช้ช่องทางการค้าผ่านทาง E-commerce

☐ เข้าร่วมงานแสดงสินค้า ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๑3. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

13.1 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

☐ ไม่มีบรรจุภัณฑ์ ☐ มีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น แต่ไม่มีรายละเอียดที่ระบุมาตรฐานบนบรรจุภัณฑ์

☐ มีบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์และตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า

13.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

☐ มีรูปแบบดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนา ☐ มีการพัฒนารูปแบบให้เหมาะสมกับสินค้า

13.3 บรรจุภัณฑ์ของท่านทำจากวัสดุประเภทใด

☐ กระดาษ ☐ ผ้า ☐ พลาสติก☐ ☐ ไม้ ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

13.4 ราคาของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับต้นทุนในการผลิตของผลิตภัณฑ์

☐ เหมาะสม ☐ ไม่เหมาะสม (มีราคาสูง)

13.5 ผลิตภัณฑ์ของท่านมีบาร์โค๊ด (Barcode) บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับราคาของสินค้า

☐ มี ☐ ไม่มี

๑4. รางวัลที่ได้รับ

☐ Prime Minister's Export Awards ปี.....

☐ DE mark ปี.....

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... ปี.....

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... ปี.....

๑5. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

☐ มี (โปรดระบุ)..... ☐ ไม่มี

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าข้อความข้างต้น ข้าพเจ้าเป็นผู้กรอกข้อมูลด้วยตนเองและเป็นความจริงทุกประการ

รหัสผู้ผลิต ผู้ประกอบการ □□□□□□□□□

การตรวจสอบของเจ้าหน้าที่ผู้รับลงทะเบียน

๑. ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ จัดอยู่ในประเภท

☐ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน

☐ ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว

☐ ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เป็นผู้ประกอบการ ☐ รายใหม่ ☐ รายเดิม

๒. ผลการตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่แจ้งลงทะเบียน จำนวน.....ผลิตภัณฑ์

ได้พิจารณาแล้วปรากฏว่าเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวน.....ผลิตภัณฑ์

จัดอยู่ในประเภท

☐ อาหาร จำนวน..... ผลิตภัณฑ์

☐ เครื่องดื่ม จำนวน..... ผลิตภัณฑ์

☐ ผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน..... ผลิตภัณฑ์

☐ ของใช้ฯ จำนวน..... ผลิตภัณฑ์

☐ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน..... ผลิตภัณฑ์

๓. ผลการตรวจเอกสาร

☐ ครบถ้วน

☐ ไม่ครบถ้วน เอกสารที่ขาด / เอกสารที่ต้องส่งเพิ่มเติม ได้แก่ .....

.....

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบแบบการลงทะเบียนแล้ว มีข้อมูลและเอกสารจริง

ลงชื่อ..... ผู้รับเอกสารลงทะเบียน

(.....)

ตำแหน่ง.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

รหัสผู้ผลิต ผู้ประกอบการ □□□□□□□□□

การพิจารณาของคณะกรรมการรับลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี ๒๕๖2

๑. ผู้ผลิต ผู้ประกอบการจัดอยู่ในประเภท

□ **กลุ่มผู้ผลิตชุมชน**

□ **ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว**

□ **ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

เป็นผู้ประกอบการ □ **รายใหม่** □ **รายเดิม**

๒. เกณฑ์การพิจารณา

ที่	เกณฑ์การพิจารณา	ผ่าน	ไม่ผ่าน
๑	ต้องเข้าเงื่อนไขและไม่มีคุณลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้		
	๑.๑ สินค้าที่ผลิต ต้องมีความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย		
	๑.๒ วัตถุดิบที่นำมาผลิตต้องไม่เป็นของผิดกฎหมาย หรือเลี่ยงภาษี		
	๑.๓ ไม่เป็นสินค้าที่เลียนแบบ หรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา		
	๑.๔ เป็นสินค้าที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมอันดีของไทย		
	๑.๕ กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกฎหมายบังคับต้องได้รับอนุญาตให้ผลิต		
๒	ความเชื่อมโยงกับชุมชน ต้องเข้าเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้		
	๒.๑ ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต (จ้างแรงงาน/ใช้วัตถุดิบฯ)		
	๒.๒ ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ		
	๒.๓ ชุมชนได้รับผลประโยชน์		
๓	ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ต้องเป็นผู้ผลิตเอง และมีสถานที่ตั้งของการผลิตสินค้าสุดท้ายอยู่ในอำเภอ/เขต (กทม.) ที่ขอลงทะเบียน		

๓. ผลการพิจารณา

□ คุณสมบัติครบถ้วน เห็นควรรับรองเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

□ ขาดคุณสมบัติ ระบุเหตุผล .....

.....

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบแบบการลงทะเบียนแล้ว มีข้อมูลและเอกสารจริง

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการระดับอำเภอ / ผอ.เขต (กรุงเทพมหานคร)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

รหัสผู้ผลิต ผู้ประกอบการ □□□□□□□□□

การพิจารณาของคณะกรรมการ
รับลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี ๒๕๖2

๑. ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ

ชื่อกลุ่ม/ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ.....
ชื่อประธานกลุ่ม / เจ้าของกิจการ / ผู้ที่ได้รับมอบอำนาจ
.....

๒. มติของคณะกรรมการระดับจังหวัด/กรุงเทพมหานคร

คณะกรรมการระดับจังหวัด/กทม.พิจารณาแล้ว มีมติให้

□ รับลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP

□ ไม่รับลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP เนื่องจาก.....

.....
.....
.....
.....

ลงชื่อ.....
(.....)
ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการระดับจังหวัด/กรุงเทพมหานคร
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ภาคผนวก ข
แบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

แบบตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ด้านที่ 1: ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน						
เป้าประสงค์ที่ 1.1: การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(1) มีการจัดตั้งกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ และมีโครงสร้างการทำงาน แบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละหน้าที่						
ข้อการประเมิน	**เกณฑ์การให้คะแนน**	**คะแนนประเมิน**				
		4	3	2	1	0
□-มีการจัดตั้งกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการบริหาร จัดการการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ -กลุ่มฯ ดังกล่าวมีคำสั่ง หรือ ประกาศแต่งตั้งที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น เทศบาล อบต. เป็นต้น -กลุ่มฯ มีโครงสร้างการทำงาน -กลุ่มฯ มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน้าที่	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(2) มีกรรมการกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นคนในชุมชนและมีบทบาทในการจัดทำและขับเคลื่อนแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน						
-กรรมการกลุ่มฯ เป็นคนในชุมชน -กรรมการและสมาชิกกลุ่มฯ มีส่วนร่วมในการจัดทำแผน การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน -กรรมการและสมาชิกกลุ่มฯ มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนและ ปรับปรุงแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน -กลุ่มฯ มีการจัดเวทีเพื่อให้สมาชิกกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชนรวมกันกำหนดเป้าหมายและแผนการดำเนินงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(3) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติคือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม						
-กลุ่มฯ มีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และ แผนการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ -กลุ่มฯ มีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และ แผนการดำเนินงานด้านสังคม วัฒนธรรม	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3-2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

-กลุ่มฯ มีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และแผนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม -กลุ่มฯ มีการบูรณาการการดำเนินงาน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดความสมดุล ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้นโดยดูได้จาก โครงการที่นำไปปฏิบัติจริง -กลุ่มฯ มีรูปแบบการติดตามผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ตามแผนการดำเนินงานเป็นประจำ ทุกปี						
(4) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีทะเบียนประวัติข้อมูลสมาชิกที่เป็นปัจจุบัน						
-กลุ่มฯ มีทะเบียนประวัติสมาชิกกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงข้อมูลการติดต่อสมาชิกต่างๆ โดยมีการระบุตำแหน่งหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคนในทะเบียนประวัติ -กลุ่มฯ มีผู้รับผิดชอบหลักดูแลทะเบียนประวัติสมาชิกเข้า-ออก -กลุ่มฯ มีการเผยแพร่ข้อมูลตำแหน่งหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มฯ ให้คนในชุมชนทราบด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่น ประกาศ เว็บไซต์ เป็นต้น -กลุ่มฯ มีการปรับปรุงข้อมูลสมาชิกกลุ่มฯ ให้เป็นปัจจุบัน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ที่ 1.1 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷ 4) =						
เป้าประสงคที่ 1.2 ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(5) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีข้อตกลงร่วมกันในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของการพัฒนาชุมชน						
-กลุ่มฯ มีข้อตกลงร่วมกันในการจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้กับสมาชิกกลุ่มฯ อย่างเป็นธรรมและทั่วถึง เช่น เงินปันผลประจำปี -กลุ่มฯ มีข้อตกลงร่วมกันในการจัดสรรรายได้ที่เกิดจาก การท่องเที่ยวเข้ากองทุนต่างๆ เพื่อการพัฒนาชุมชนตาม จำนวนร้อยละที่กลุ่มฯ กำหนด	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

□□-สมาชิกกลุ่มฯ บริหารจัดการการท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจ ข้อตกลงร่วมกันด้านการกระจายรายได้ -ข้อตกลงร่วมกันด้านการกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ถูกนำไปปฏิบัติใช้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น มีกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนเงินจากกองทุนดังกล่าว เป็นต้น						
(6) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีข้อตกลงร่วมกันในการบริหารจัดการทรัพยากรด้านสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว						
-กลุ่มฯ มีข้อตกลงร่วมกันเพื่อการอนุรักษ์วิถีชีวิตท้องถิ่น เช่น การแต่งกายชุดพื้นเมือง การใช้ภาษาท้องถิ่น เป็นต้น -กลุ่มฯ มีข้อตกลงร่วมกันเพื่อการอนุรักษ์ประเพณี และ วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การละเล่นพื้นบ้าน อาหารพื้นเมือง เป็นต้น -สมาชิกกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนรับรู้และเข้าใจ ข้อตกลงร่วมกันด้านการบริหารจัดการทรัพยากรด้านสังคม ประเพณี และวัฒนธรรม □□-ข้อตกลงร่วมกันด้านการบริหารจัดการทรัพยากรด้านสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมถูกนำไปปฏิบัติใช้อย่างเป็นรูปธรรม	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(7) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีข้อตกลงร่วมกันในการบริหารจัดการทรัพยากรด้านธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว						
-กลุ่มฯ มีข้อตกลงร่วมกันเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การจัดการขยะจากกิจกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น -กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนรับรู้และเข้าใจข้อตกลงร่วมกันด้านการบริหารจัดการทรัพยากรด้านธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมเพื่อการ ท่องเที่ยว -ข้อตกลงร่วมกันด้านการบริหารจัดการทรัพยากร ด้านธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

เพื่อ การท่องเที่ยวถูกนำไปปฏิบัติใช้อย่างเป็นรูปธรรม -กลุ่มฯ มีการยกระดับหรือขยายผลข้อตกลงด้านการบริหาร จัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมไปสู่วงกว้างมากขึ้น เช่น มีพื้นที่ข้างเคียงร่วมปฏิบัติตามข้อตกลงดังกล่าว						
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 1.2 ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷3) =						
เป้าประสงค์ 1.3 ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ						
(8) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว						
-กลุ่มฯ มีข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว -สมาชิกกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนรับรู้และเข้าใจ ในข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว -กลุ่มฯ มีช่องทางและสื่อการประชาสัมพันธ์ข้อควรปฏิบัติ ให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า -กลุ่มฯ มีการประชุมเพื่อปรับปรุงข้อควรปฏิบัติสำหรับ นักท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(9) ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีการนำไปปฏิบัติจริง						
-กลุ่มฯ มีการนำข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวไปปฏิบัติ -ชุมชนรับรู้ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว-นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อควรปฏิบัติการท่องเที่ยวในชุมชน -นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามข้อควรปฏิบัติการท่องเที่ยวในชุมชน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 1.3 ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷2) =						
เป้าประสงค์ 1.4 การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(10) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในกลุ่มฯให้มีความพร้อมในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวในชุมชน						
-กลุ่มฯ มีกิจกรรมพัฒนาศักยภาพให้กับสมาชิกกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามบทบาทหน้าที่อย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

-สมาชิกกลุ่มฯสามารถถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้แก่นักท่องเที่ยวได้ -ในแต่ละปีสมาชิกกลุ่มฯเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาศักยภาพตนเอง -สมาชิกกลุ่มฯมีทักษะในการทำงานตามหน้าที่รับผิดชอบ ที่ได้รับมอบหมาย						
11 สมาชิกกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีศักยภาพ ความรู้ และทักษะที่จำ เป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน						
□-สมาชิกกลุ่มฯ มีทักษะในการประเมินผลและแก้ไขปัญหา ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามบทบาท หน้าที่ของตนเอง -สมาชิกกลุ่มฯ มีความรู้และความเข้าใจในหลักการการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน □-สมาชิกกลุ่มฯ มีจิตอาสาเพื่อท้องถิ่น □-กลุ่มฯ มีบุคลากรที่มีภาวะผู้นำที่มีความสามารถในการ บริการจัดการกิจกรรมการ ท่องเที่ยวอย่างน้อย 3 คน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 1.4 การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷2) =						
เป้าประสงค์ 1.5 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ						
(12) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนในการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวในชุมชน						
-กลุ่มฯ มีการจัดประชุมเป็นประจำอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี โดยมีคณะกรรมการและสมาชิกเข้า ร่วมมากกว่าร้อยละ 50 ของทั้งหมด -กลุ่มฯ เปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนที่มิใช่สมาชิกกลุ่มฯ เข้าฟังการประชุม -กลุ่มฯ มีการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอย่างน้อย เป็นประจำทุก 3 เดือน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

-กลุ่มฯ มีช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารให้สมาชิกกลุ่มฯ และคนในชุมชน เช่น การประชุม การประกาศจาก หอกระจายข่าวสารจากผู้นำชุมชน เป็นต้น						
(13) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมและการเป็นสมาชิกกลุ่มฯ						
-กิจกรรมต่างๆของกลุ่มฯทุกกิจกรรมมีสมาชิกกลุ่มฯ เข้าร่วม -กลุ่มฯ มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่มิใช่สมาชิกกลุ่มฯ เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มอย่าง น้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการ ท่องเที่ยว -กลุ่มฯ มีการพิจารณาแนวทางการเปิดรับสมัครสมาชิกใหม่ ตามมติของคณะกรรมการ กลุ่มฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง -กลุ่มฯ มีข้อกำหนดให้คนในชุมชนก่อนคนนอกชุมชน ได้สมัครเป็นสมาชิกใหม่	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 1.5 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷2) =						
เป้าประสงค์ 1.6 การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ						
(14) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายต่างๆ						
-กลุ่มฯ มีกลไก ช่องทาง วิธี หรือ กิจกรรมการทำงานร่วมกัน ระหว่างกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่กลุ่มฯ ตั้งอยู่ -กลุ่มฯ มีการดำเนินกิจกรรมความร่วมมือระหว่างกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับภาคีเครือข่ายทั้งใน และนอกชุมชน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งโดยพิจารณาจาก ตัวกิจกรรมในแต่ละปี-กลุ่มฯ มีเอกสารแสดงความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ร่วมกันเช่น เอกสาร ความร่วมมือ (MOU) หรือ เอกสารโครงการต่างๆ เป็นต้น -กลุ่มฯ มีการประเมินผลการทำงานร่วมกับภาคีอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้งเพื่อวางแผนการทำงานร่วมกับภาคีที่เหมาะสม ในอนาคตต่อไป โดยอาจจะพิจารณาจากมติการประชุมสรุปผลของคณะกรรมการกลุ่มฯ	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

(15) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน						
-กลุ่มฯ มีภาคีเครือข่ายทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน -กลุ่มฯ มีการประชุมหารือวางแผนความร่วมมือทางการตลาดร่วมกับภาคี อย่างน้อย 1 ครั้ง ต่อปี -กลุ่มฯ มีเอกสารแสดงความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเช่น เอกสาร ความร่วมมือ (MOU) หรือ เอกสารโครงการต่างๆ เป็นต้น -กลุ่มฯ มีกิจกรรมความร่วมมือทางการตลาดอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง เช่น การออกบูธนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 1.6 การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷2) =						
เป้าประสงค์ 1.7 การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(16) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับชุมชน						
-กลุ่มฯ มีการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เหมาะสมกับชุมชน -กลุ่มฯ มีการรวบรวมข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่ -กลุ่มฯ มีการประชุมเพื่อวางแผนการส่งเสริมการตลาด อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง -กลุ่มฯ มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในชุมชน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(17) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน						
-กลุ่มฯ มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างน้อย 1 รูปแบบ เช่น แผ่นพับ คู่มือ ท่องเที่ยว เว็บไซต์ ฯลฯ -กลุ่มฯ มีปฏิทินกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนในรอบ 1 ปี -กลุ่มฯ มีแผนที่หรือข้อมูลเส้นทางการเดินทางเข้าสู่ชุมชนหรือ มีแผนที่ท่องเที่ยวในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่เกี่ยวข้อง	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

-กลุ่มฯ มีการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้นักท่องเที่ยว ได้รับทราบตามช่องทางต่างๆ เช่น การออกบูธ โรงแรมในบริเวณใกล้เคียง จุดบริการท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น						
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 1.7 การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷2) =						
เป้าประสงค์ 1.8 ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ						
(18) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีระบบบริหารจัดการการเงิน การบัญชีที่มีประสิทธิภาพ						
-กลุ่มฯ มีบัญชีธนาคารหรือบัญชีเงินฝากของกลุ่มฯ โดยเฉพาะ -กลุ่มฯ มีสมุดควบคุมรายรับ – รายจ่ายที่เป็นปัจจุบัน -กลุ่มฯ มีเหรัญญิกหรือผู้รับผิดชอบเรื่องการเงิน การบัญชี ที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นมติของ กลุ่มฯ -กลุ่มฯ มีเจ้าหน้าที่การเงินภายในกลุ่มฯ เป็นผู้รับผิดชอบ ทำบัญชีของกลุ่มฯ -มีการตรวจสอบบัญชีของกลุ่มฯ โดยบุคคลภายนอกซึ่งไม่มี ส่วนได้ส่วนเสียต่อกลุ่มฯ ในด้านใดๆ -กลุ่มฯ มีการเปิดเผยข้อมูลด้านบัญชีและทรัพย์สินของกลุ่มฯ ให้สมาชิกกลุ่มฯ ทราบอย่าง น้อยเป็นประจำทุก 3 เดือน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 6 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 5 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3-4 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 1.8 ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 1.9 เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน						
(19) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มฯ						
-มีการรวมกลุ่มเยาวชนในชุมชนอย่างน้อย 1 กลุ่ม -กลุ่มฯ มีการเปิดโอกาสให้เด็กหรือเยาวชนเป็นกรรมการกลุ่มฯ อย่างน้อย 1 คน -กลุ่มฯ มีกิจกรรมพัฒนาศักยภาพเด็กหรือเยาวชน ด้านใดด้านหนึ่ง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง -กลุ่มฯ มีการเปิดโอกาสให้เด็กหรือเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมการ	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

ท่องเที่ยวของ กลุ่มฯ เช่น การแสดงวิถีชีวิต หัตถกรรม หรือ การเป็นนักสื่อความหมาย เป็นต้น						
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 1.9 เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (คะแนนรวม) =						
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี						
เป้าประสงค์ 2.1 การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ						
(1) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง						
-กลุ่มฯ มีการจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้กับ สมาชิกกลุ่มฯอย่างเป็นธรรมเช่น มีหลักเกณฑ์ในการจัดสรร รายได้ชัดเจน และ แจ้งให้สมาชิกทุกคนรับทราบ เป็นต้น -กลุ่มฯ มีการจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้กับกองทุนกลางสวัสดิการเพื่อสมาชิก กลุ่มฯ -กลุ่มฯ มีการจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้กับกองทุน กลางพัฒนาชุมชนเพื่อใช้ในสาธารณประโยชน์เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น -กลุ่มฯ มีการนำกองทุนกลางไปใช้สนับสนุนหรือจัดกิจกรรม สาธารณประโยชน์ กิจกรรมช่วยเหลือสังคม และสมาชิก กลุ่มมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเหล่านี้ อย่างน้อยปีละ 1 กิจกรรม	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 2.1 การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 2.2 การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ						
(2) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น						
-กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น -กลุ่มฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมสุขอนามัยและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน-กลุ่มฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมความสามัคคีของคนในชุมชน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3-2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

-กลุ่มฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมรณรงค์ให้ลด ละ เลิก ยาเสพติด อบายมุข และ การค้าประเวณี อย่างน้อยปีละ 1 กิจกรรม -กลุ่มฯ มีการเชื่อมโยงคนในชุมชนเพื่อสร้างโอกาสการมีงานทำ มีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวในชุมชนภายใต้ข้อตกลง ของกลุ่ม						
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 2.2 การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 2.3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว						
(3) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการส่งเสริมการใช้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการเพิ่มรายได้						
-กลุ่มฯ เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนแก่นักท่องเที่ยว -กลุ่มฯ มีการนำสินค้าชุมชนมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว -กลุ่มฯ มีภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าชุมชน -กลุ่มฯ มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการคิดค้นหรือ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(4) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนซึ่งมีพื้นฐานจากภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชน						
-กลุ่มฯ มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีพื้นฐานจาก ภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชน -สินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชนมีการพัฒนาให้สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน -สินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม -สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ ของชุมชนได้รับมาตรฐานรับรองคุณภาพ	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 2.3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว (คะแนนรวม ÷2) =						

เป้าประสงค์ 2.4 สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ						
(5) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ความสำคัญกับเรื่องสิทธิมนุษยชนของทุกกลุ่มคนในการท่องเที่ยว						
-กลุ่มฯ ให้โอกาสเยาวชน สตรี คนชรา คนพิการ และ คนกลุ่มน้อยต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาค -กลุ่มฯ มีข้อตกลงในการควบคุมการใช้แรงงานเด็กในกิจกรรมที่เสี่ยงภัย หรือเบียดบังเวลาการเรียน -กลุ่มฯ มีข้อตกลงในการป้องกันและไม่สนับสนุนการค้าประเวณี -กลุ่มฯ ไม่มีการใช้แรงงานเด็กที่อยู่นอกกรอบศีลธรรมและ วัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือมีความเสี่ยงอันตราย หรือทำให้ขาดโอกาสทางการศึกษา	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 2.4 สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ (คะแนนรวม) =						
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน						
เป้าประสงค์ 3.1 ข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ						
(1) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดการข้อมูลทางมรดกวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว						
-กลุ่มฯ มีการสืบค้นและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมรดกวัฒนธรรม ชุมชน เช่น บันทึกประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาวัฒนธรรม และประเพณี ท้องถิ่น เป็นต้น เป็นลายลักษณ์อักษร -กลุ่มฯ มีการคัดเลือกข้อมูลมรดกวัฒนธรรมชุมชนที่เหมาะสม และน่าสนใจมาใช้ในการท่องเที่ยว -กลุ่มฯ มีการสื่อความหมายข้อมูลมรดกวัฒนธรรมชุมชน ที่คัดสรรมาแล้วให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ -กลุ่มฯ มีการพิจารณาทบทวนข้อมูลทางมรดกวัฒนธรรม ชุมชนให้มีความถูกต้องสมบูรณ์อย่าง น้อยปีละ 1 ครั้งหรือ ตามความเหมาะสมของมติคณะกรรมการกลุ่มฯ	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 3.1 ข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 3.2 การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมชุมชนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(2) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมชุมชนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน						

-กลุ่มฯ มีช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้มรดกวัฒนธรรมชุมชนเป็นพื้นฐานอย่างน้อย 1 ช่องทางเช่น เว็บไซต์ วิทยุชุมชน เป็นต้น -กลุ่มฯ มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตชุมชนอย่างน้อย 1 รูปแบบ เช่น แผ่นพับ หนังสือคู่มือท่องเที่ยว เป็นต้น -กลุ่มฯ มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัส วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชนผ่าน ประสบการณ์จริง หรือ การลงมือทำอย่างน้อย 1 กิจกรรม -คนในชุมชนรับรู้ในมรดกวัฒนธรรมชุมชนในพื้นที่นั้น	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 3.2 การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมชุมชนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 3.3 การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(3) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชน						
-สมาชิกกลุ่มฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรม ชุมชน -กลุ่มฯมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชน ร่วมกับภาคีต่างๆ อย่างน้อย 1 กิจกรรม -กลุ่มฯ ดำเนินกิจกรรมอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชนกับ ภาคีต่างๆ อย่างน้อย 1 ภาคี -กลุ่มฯ มีกิจกรรมอนุรักษ์วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตท้องถิ่น ให้แก่คนรุ่นหลังอย่างน้อย 1 กิจกรรม	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 3.3 การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน						
(1) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว (Zoning)						
-กลุ่มฯ มีการร่วมประชุมกับภาคีต่างๆ เพื่อวางแผนการใช้พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ					

-กลุ่มฯ มีการกำหนดพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว-กลุ่มฯ มีการจัดทำภาพการแบ่งเขตการใช้พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนให้สมาชิกชุมชนและ นักท่องเที่ยวทราบ -กลุ่มฯ มีการทำเส้นทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการแบ่งเขต การใช้พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว เช่น แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น	คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(2) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)						
-กลุ่มฯ มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ในพื้นที่ท่องเที่ยวที่จะไม่ทำให้ทรัพยากร ทางสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมเสียหาย อย่างชัดเจน เช่น เป็นมติการประชุมของคณะกรรมการกลุ่มฯ หรือมีลายลักษณ์อักษร เป็นต้น -สมาชิกกลุ่มฯ มีส่วนร่วมในการกำหนดขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) -กลุ่มฯ มีแผนการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ -กลุ่มฯ มีแผนการลดผลกระทบทางลบต่อวัฒนธรรม/ สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น ขยะและ สิ่งปฏิกูล น้ำเสีย การส่งเสียงดัง การเก็บสิ่งของ ไปเป็นสมบัติส่วนตัว เป็นต้น -กลุ่มฯ ส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยว -กลุ่มฯ มีการแจ้งขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ให้ นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 6 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 5 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3-4 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(3) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการพัฒนา ปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณชุมชนให้มีความร่มรื่น เป็นระเบียบสวยงามตามความเหมาะสม						
-มีการพัฒนา ปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เช่น การปรับแต่งภูมิทัศน์ การตัด	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ					

แต่งต้นไม้ เป็นต้น -สมาชิกกลุ่มฯมีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณ ชุมชนให้สวยงามตามความเหมาะสม -สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนได้รับการปรับปรุงภูมิทัศน์ ให้มีความเหมาะสมและกลมกลืนกับสภาพท้องถิ่น -กลุ่มฯ มีกิจกรรมทำนุบำรุงภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ในชุมชนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 4.1 การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷3) =						
เป้าประสงค์ 4.2 ข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ						
(4) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดการข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชน						
-กลุ่มฯ มีการสืบค้นและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น พืชท้องถิ่น สิ่งปลูกสร้างต่างๆ เป็นต้น เป็นลายลักษณ์อักษร -กลุ่มฯ มีการคัดเลือกข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ในชุมชนที่เหมาะสมและน่าสนใจมาใช้ในการท่องเที่ยว -กลุ่มฯ มีการสื่อความหมายข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติหรือ สิ่งแวดล้อมในชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ -กลุ่มฯ มีการพิจารณาทบทวนข้อมูลเกี่ยวกับ ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้มี ความถูกต้องสมบูรณ์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งหรือ ตามความเหมาะสมของมติคณะกรรมการกลุ่ม	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 4.2 ข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 4.3 การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(5) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน						
-กลุ่มฯ มีช่องทางการเผยแพร่สื่อ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ					

เป็นฐาน อย่างน้อย 1 ช่องทาง เช่น เว็บไซต์ วิทยุชุมชน เป็นต้น -กลุ่มฯ มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีองค์ประกอบเชิงทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 1 รูปแบบ เช่น แผ่นพับ หนังสือคู่มือท่องเที่ยว เป็นต้น -กลุ่มฯ มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญา ด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านประสบการณ์จริง หรือการลงมือทำอย่างน้อย 1 กิจกรรม -สมาชิกชุมชนมีการรับรู้ในภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมในพื้นที่นั้น	คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 4.3 การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 4.4 การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(6) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชน						
-สมาชิกกลุ่มฯรับรู้และเข้าใจถึงความสำคัญของการอนุรักษ ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชน -สมาชิกกลุ่มฯมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์ฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชน -กลุ่มฯมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมในชุมชนร่วมกับภาคีต่างๆ อย่างน้อย 1 กิจกรรม -กลุ่มฯ ดำเนินกิจกรรมอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมในชุมชนกับภาคีต่างๆ อย่างน้อย 1 ภาคี	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(7) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการบริหารจัดการผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน						
-กลุ่มฯ มีวิธีการบริหารจัดการขยะมูลฝอยจากการท่องเที่ยว -กลุ่มฯ มีวิธีการจำกัด หรือลดปัญหาน้ำเสียจากกิจกรรมการท่องเที่ยว	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ					

-กลุ่มฯ มีวิธีการป้องกันมลภาวะต่างๆ จากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น มลภาวะทางเสียง มลภาวะทางอากาศ หรือมลภาวะทางแสง เป็นต้น-กลุ่มฯ ได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ เช่น กลุ่มท่องเที่ยว คนในชุมชน นักท่องเที่ยว ในการป้องกันผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน	คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 4.4 การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม÷2) =						
เป้าประสงค์ 4.5 การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ						
(8) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยว						
-กลุ่มฯ มีกิจกรรมการรณรงค์ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวด ล้อมอย่างน้อย 1 กิจกรรมต่อปี -สมาชิกกลุ่มฯ รับรู้ถึงความสำคัญในการรักษา ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม -สมาชิกกลุ่มฯ มีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อม -กลุ่มฯ มีส่วนร่วมกับภาคีอย่างน้อย 1 ภาคีในการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อม	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 4.5 การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ(คะแนนรวม) =						
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน						
หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ						
เป้าประสงค์ 5.1 การให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ						
(1) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีวิธีการวัดระดับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน						
-กลุ่มฯ มีเครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เช่น แบบประเมิน สมุดเยี่ยม แบบสอบถาม เป็นต้น	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ					

-กลุ่มฯ มีการสรุปผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว □□-กลุ่มฯ นำผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มาวิเคราะห์ปรับปรุงการให้บริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ของชุมชน -กลุ่มฯ มีการเผยแพร่ผลการประเมินความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว และ ผลการปรับปรุงการให้บริการแก่ สมาชิกกลุ่มฯ -กลุ่มฯ มีการจัดทำบันทึกสรุปการประเมินความพึงพอใจ เป็นลายลักษณ์อักษรรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอย่างน้อย	คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 5.1 การให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 5.2 นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ						
(2) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีนักสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ						
-กลุ่มฯ มีนักสื่อความหมายที่สามารถถ่ายทอดหรือนำเสนอข้อมูลด้านสังคม วิถีชีวิตวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชนได้อย่างน้อยกิจกรรมละ 1 คน -กลุ่มฯ มีกิจกรรมพัฒนา/เสริมสร้างศักยภาพของนักสื่อความหมายท้องถิ่นอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง -กลุ่มฯ มีกิจกรรมถ่ายทอดทักษะการสื่อความหมายให้รุ่นต่อไป -กลุ่มฯ มีภาคีที่ร่วมกับกลุ่มฯในการพัฒนานักสื่อความหมาย ท้องถิ่นอย่างน้อย 1 ภาคี -กลุ่มฯ มีการประเมินคุณภาพนักสื่อความหมายอย่างสม่ำเสมอ ด้วยวิธีการที่เหมาะสมกับชุมชน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 5.2 นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 5.3 จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ						
(3) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถเข้าถึงจุดท่องเที่ยวต่างๆ ได้						
-มีสมาชิกกลุ่มฯ ได้รับการอบรมการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ-กลุ่มฯ มีกิจกรรมทางเลือก	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ					

สำหรับนักท่องเที่ยว กลุ่มเฉพาะ เช่น คน พิการ ผู้สูงอายุ -กลุ่มฯ มีอุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กลุ่มเฉพาะ เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ ให้สามารถ เข้าถึงจุดหรือกิจกรรมท่องเที่ยวได้ -กลุ่มฯ มีการประสานความร่วมมือจากภาคีต่างๆ ในการจัดหา สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ เช่น คน พิการ ผู้สูงอายุ	คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(4) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการบริการห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว						
-มีห้องน้ำสะอาดบริการนักท่องเที่ยว -ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว -มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดห้องน้ำ -ห้องน้ำได้รับการทำความสะอาดให้พร้อมใช้อยู่เสมอ	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(5) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีจุดบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกสุขลักษณะและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว						
-มีบริเวณประกอบและจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาดถูกสุขลักษณะ -อุปกรณ์ในการประกอบอาหารและเครื่องดื่มสะอาด ถูกสุขลักษณะ เช่น อุปกรณ์ครัว และ ชุดในการประกอบอาหาร เป็นต้น -มีวิธีการประกอบอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาดถูกสุขลักษณะ -กลุ่มฯ มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบหลักในการ ประกอบอาหารและเครื่องดื่ม -กลุ่มฯ มีการจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(6) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการบริการข้อมูลท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ถูกต้อง เข้าถึงง่าย						
-มีจุดบริการข้อมูลท่องเที่ยวที่เห็นได้ชัดเจน สังเกตได้ง่าย -มีป้ายบอกจุดบริการข้อมูลท่องเที่ยวที่ชัดเจน สังเกตได้ง่าย	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

-เจ้าหน้าที่บริการข้อมูลท่องเที่ยวสามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง ชัดเจน -เจ้าหน้าที่บริการข้อมูลท่องเที่ยวให้บริการด้วยอัธยาศัยที่ดี-มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลท่องเที่ยวอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง						
(7) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดสรรจุดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกของชุมชน						
-มีจุดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกในชุมชน-มีป้ายบอกสถานที่จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกในชุมชนที่ชัดเจน และสังเกตได้ง่าย -สินค้าที่จัดจำหน่ายเป็นสินค้าของชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ -มีป้ายบอกข้อมูลสินค้าและราคาชัดเจน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(8) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีป้ายสื่อความหมายต่างๆ ที่ชัดเจนติดตั้งในจุดที่เหมาะสม						
-มีป้ายสื่อความหมายในจุดท่องเที่ยว -ป้ายสื่อความหมายมีข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน-ป้ายสื่อความหมายมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม -กลุ่มฯ มีการตรวจสอบสภาพของป้ายสื่อความหมาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 5.3 การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย						
เป้าประสงค์ 5.5 เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย						
(10) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย						
-กลุ่มฯ มีการประเมินความปลอดภัยของเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ (อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง) -กลุ่มฯ มีการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยในการใช้เส้นทางท่องเที่ยวและการเข้าร่วมกิจกรรม ท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทางและป้ายเตือนภัย ต่างๆตามเส้นทางท่องเที่ยวที่เห็นได้ชัดเจน -กลุ่มฯ มีอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยที่ จำเป็นและสอดคล้องกับสภาพเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ที่กลุ่มฯ กำหนดไว้	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

-กลุ่มฯ มีกิจกรรมให้ความรู้ด้านการบริการและความปลอดภัย แก่สมาชิกกลุ่มฯอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง มีเพียงพอต่อจำนวนของ -มีเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในชุมชน						
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 5.5 เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 5.6 จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย						
(11) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีจุดบริการห้องน้ำที่มีความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว						
-บริเวณห้องน้ำมีแสงสว่างเพียงพอ -พื้นห้องน้ำแห้ง ไม่ลื่น -ห้องน้ำมีอากาศถ่ายเทสะดวก -เครื่องสุขภัณฑ์ในห้องน้ำมีความพร้อมใช้งาน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 5.6 จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 5.7 การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ						
(12) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนที่ปลอดภัย						
โปรดเลือกวิธีการเดินทางหลักในการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน ในวิธีการเดินทางหลัก **1. การเดินทางด้วยเส้นทางเดินเท้า ในวิธีการเดินทางหลัก** -เส้นทางเดินเท้ามีความสะอาด -เส้นทางเดินเท้ามีความปลอดภัย ในวิธีการเดินทางหลัก -เส้นทางเดินเท้ามีแสงสว่างเพียงพอ -เส้นทางเดินเท้ามีป้ายบอกทางและป้ายเตือนภัย ในวิธีการเดินทางหลัก ในจุดที่เหมาะสม □ เส้นทางเดินเท้ามีการดูแลรักษาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง **2. การเดินทางด้วยยานยนต์เช่น รถยนต์ รถราง รถท้องถิ่น เรือ เป็นต้น** □□-ยานยนต์นำเที่ยวมีสภาพสะอาด -ยานยนต์นำเที่ยวมีสภาพปลอดภัยได้มาตรฐาน -ยานยนต์นำเที่ยวมีจำนวนเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					

□□-ผู้ขับขี่ยานยนต์นำเที่ยวได้รับการอบรมเรื่อง ความปลอดภัยในการขับขี่ยานพาหนะ -มีการตรวจสอบสภาพยานยนต์นำเที่ยว ก่อนใช้งาน **3. การเดินทางด้วยจักรยาน** -จักรยานนำเที่ยวมีความสะอาด -เส้นทางจักรยานนำเที่ยวมีความปลอดภัย-เส้นทางจักรยานนำเที่ยวมีแสงสว่างเพียงพอ-เส้นทางจักรยานมีป้ายบอกทางและป้ายเตือนภัยในจุดที่เหมาะสม -มีการตรวจสภาพจักรยานนำเที่ยวก่อนใช้งาน						
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 5.7 การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม) =						
เป้าประสงค์ 5.8 การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ						
(13) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีแผนรองรับกรณีฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ						
-กลุ่มฯ มีการประเมินความเสี่ยงจากการท่องเที่ยว เช่น อุบัติเหตุจากการใช้ยานพาหนะและการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว การเจ็บป่วยกะทันหัน ภัยธรรมชาติ เป็นต้น -กลุ่มฯ มีแผนรองรับกรณีการจัดการฉุกเฉิน เช่น ขั้นตอน การแก้ไขกรณีฉุกเฉิน เบอร์ติดต่อกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น -มีการซักซ้อมแผนฉุกเฉินที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงจากการ ท่องเที่ยวอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง -กลุ่มฯ มีกิจกรรมฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะบุคลากร ที่รับผิดชอบด้านการรองรับกรณีฉุกเฉินอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง □□-มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการจัดการกรณีฉุกเฉิน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(14) กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีโครงสร้างการบริการจัดการในกรณีฉุกเฉินที่ชัดเจน						
-กลุ่มฯ มีผู้ประสานงานในกรณีฉุกเฉิน -กลุ่มฯ มีบุคลากรที่พร้อมให้บริการให้กรณีฉุกเฉิน อย่างน้อย 5 คน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ					

-กลุ่มฯ มีเบอร์ติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกรณีฉุกเฉิน -กลุ่มฯ มีระบบการส่งต่อผู้ประสบภัย/ผู้ป่วย ไปยังภาคี เครือข่ายหรือหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือมืออาชีพ ในการแก้ไขปัญหาอันเกิดจากกรณีฉุกเฉิน เช่น หน่วยกู้ภัย โรงพยาบาล คลินิก เป็นต้น	คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
รวมคะแนนเป้าประสงค์ 5.8 การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ (คะแนนรวม ÷2) =						
6. การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก						
เป้าประสงค์ 6.1 การทำงานร่วมกันของชุมชนและผู้ประกอบการนำเที่ยว						
(1) ข้อตกลงร่วมกับสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน						
-ข้อตกลงร่วมกันระหว่างกลุ่มฯ และผู้ประกอบการนำเที่ยว -กลุ่มท่องเที่ยวมีการคัดสรรการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตตามกฎหมาย -ชุมชนมีการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการที่มีจรรยาบรรณ -การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ตรงกับชุมชน -การสนับสนุนชุมชนในการพัฒนาขีดความสามารถด้านการ บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(2) การดำเนินงานของผู้ประกอบการฯ เพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรท้องถิ่น						
-การเคารพต่อกฎระเบียบการท่องเที่ยวโดยชุมชน -ความรู้ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในชุมชน -การมีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ ของชุมชนเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรท้องถิ่น □□-การทำงานร่วมกับชุมชนในการปรับปรุงการให้บริการชุมชน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(3) การสนับสนุนของผู้ประกอบการฯ สำหรับเศรษฐกิจท้องถิ่น						
-การส่งเสริมการใช้และการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการในท้องถิ่น	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ					

-ข้อตกลงร่วมกับชุมชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน -การให้ข้อเสนอแนะกับชุมชนในการบริการเพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น -การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น	คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 6.1 การทำงานร่วมกันของชุมชนและผู้ประกอบการนำเที่ยว (คะแนนรวม ÷3) =						
เป้าประสงค์ 6.2 การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวต่อชุมชน						
(4) การส่งมอบประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวและชุมชนของผู้ประกอบการ						
-การส่งมอบความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชน -การส่งเสริมประกันการเดินทางของนักท่องเที่ยว -การให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (เช่น การปฐมพยาบาล -การปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานอยู่เสมอ-ความรับผิดชอบด้านการบริการให้ตรงตามความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยว	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 5 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 4 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1-2 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
(5) การส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการฯ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน						
-การมอบประสบการณ์นำเที่ยวที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว -การสื่อความหมายทางวัฒนธรรมประเพณีและทรัพยากร ท้องถิ่นของพนักงานบริษัทนำเที่ยว -การตกลงกับชุมชนเรื่องขีดความสามารถในการรองรับ -การปฏิบัติตามจรรยาบรรณการให้บริการการท่องเที่ยว โดยชุมชน	คะแนน 4 = มีคุณสมบัติครบ 4 ข้อ คะแนน 3 = มีคุณสมบัติ 3 ข้อ คะแนน 2 = มีคุณสมบัติ 2 ข้อ คะแนน 1 = มีคุณสมบัติ 1 ข้อ คะแนน 0 = ไม่มีคุณสมบัติข้อใดเลย					
คะแนนรวมเป้าประสงค์ 6.2 การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวต่อชุมชน (คะแนนรวม) =						

สรุปผลคะแนนรวมการประเมินกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 1.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 1.2	ข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 1.3	ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 1.4	การพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 1.5	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 1.6	การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 1.7	การจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 1.8	ระบบบัญชี การเงินมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 1.9	เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	**4**	
คะแนนรวม		**36**	
คะแนนที่ได้		**A ÷ 9**	

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 2.1	การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 2.2	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	**4**	
เป้าประสงค์ 2.3	ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	**4**	
เป้าประสงค์ 2.4	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	**4**	
คะแนนรวม		**16**	
คะแนนที่ได้		**B ÷ 4**	

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 3.1	ฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	4	
เป้าประสงค์ 3.2	การเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	4	
เป้าประสงค์ 3.3	การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ	4	
คะแนนรวม		12	
คะแนนที่ได้		C ÷ 3	

4.ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ที่ 4.1	การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	4	
เป้าประสงค์ที่ 4.2	ฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ	4	
เป้าประสงค์ที่ 4.3	การเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ	4	
เป้าประสงค์ที่ 4.4	การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแประสิทธิภาพ	4	
เป้าประสงค์ที่ 4.5	การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	4	
คะแนนรวม		20	
คะแนนที่ได้		D ÷ 5	

ด้านที่ 5: ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
<u>หมวดคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.1	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	4	
เป้าประสงค์ที่ 5.2	นักสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ	4	
เป้าประสงค์ที่ 5.3	จุดบริการท่องเที่ยวมีคุณภาพ	4	

เป้าประสงค์ที่ 5.4	การติดต่อประสานงานด้านบริการมีประสิทธิภาพ	4	
<u>หมวดการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัย</u>			
เป้าประสงค์ที่ 5.5	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4	
เป้าประสงค์ที่ 5.6	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4	
เป้าประสงค์ที่ 5.7	การบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	4	
เป้าประสงค์ที่ 5.8	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	4	
	คะแนนรวม	32	
	คะแนนที่ได้	E ÷ 8	

6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก			
ลำดับ	**เกณฑ์**	**คะแนนเต็ม**	**คะแนนดิบ**
เป้าประสงค์ 6.1	การทำงานร่วมกันของชุมชนผู้ประกอบการนำเที่ยว	4	
เป้าประสงค์ 6.2	การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอกต่อชุมชน	4	
คะแนนรวม		8	
คะแนนที่ได้		F ÷ 2	

การตีความผลคะแนนการประเมิน

คะแนนดิบ	**ระดับ**
3.01-4.00	ดีเยี่ยม
2.01 – 3.00	ดี
1.01 – 2.00	พอใช้
0.00 – 1.00	ควรปรับปรุง

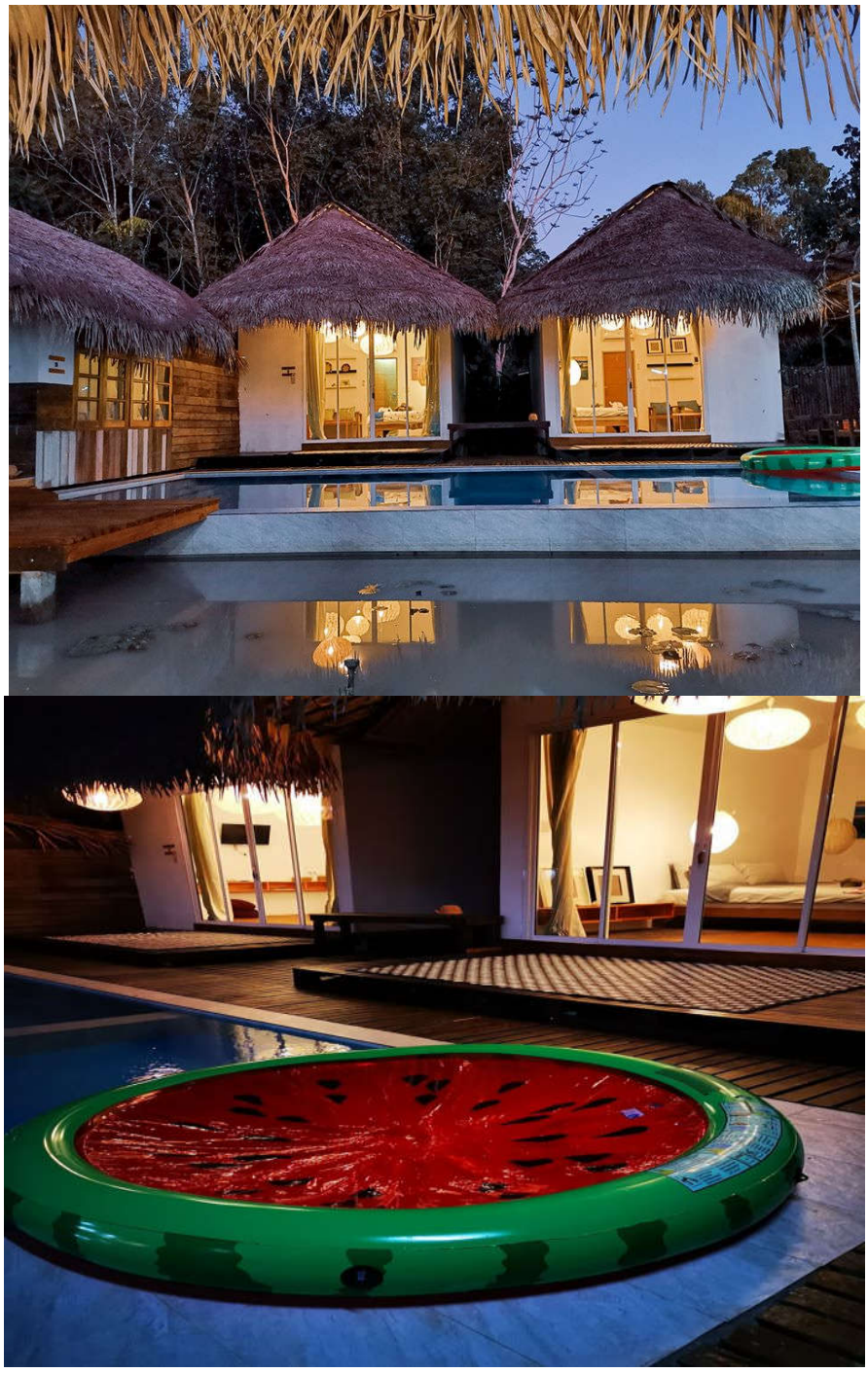
รวมคะแนนทั้งหมด

ด้าน	**คะแนนที่ได้ (เต็ม 4)**	**ระดับคะแนน**
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (A)		
2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (B)		
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (C)		
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างเป็นระบบและยั่งยืน (D)		
5. ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (E)		
6.ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก (F)		

ภาคผนวก ค

ภาพเครือข่ายท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง



Varni Homestay

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง





ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง





โฮมสเตย์โดยชาวบ้านตำบลพนางตุง





โฮมสเตย์โดยชาวบ้านตำบลพนางตุง







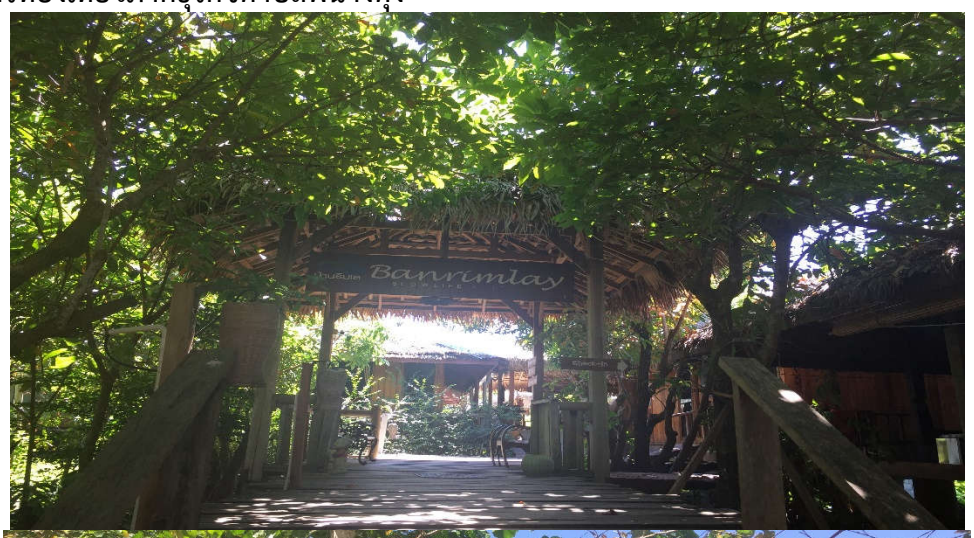
ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







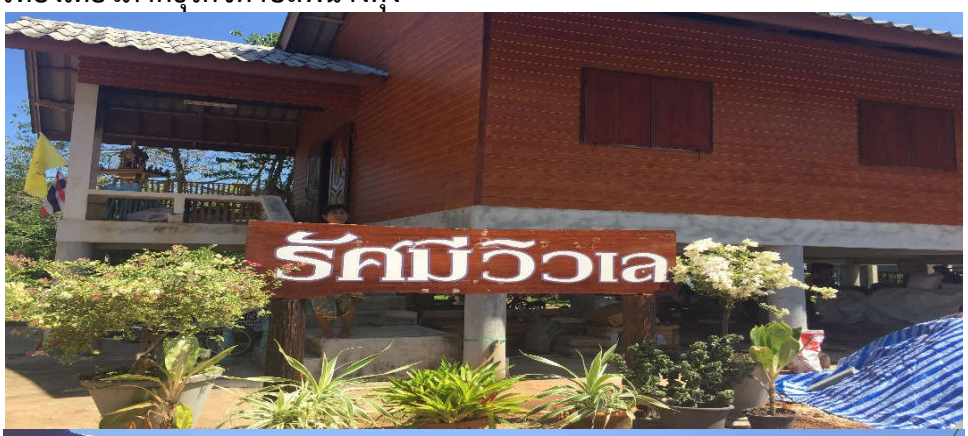
ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง

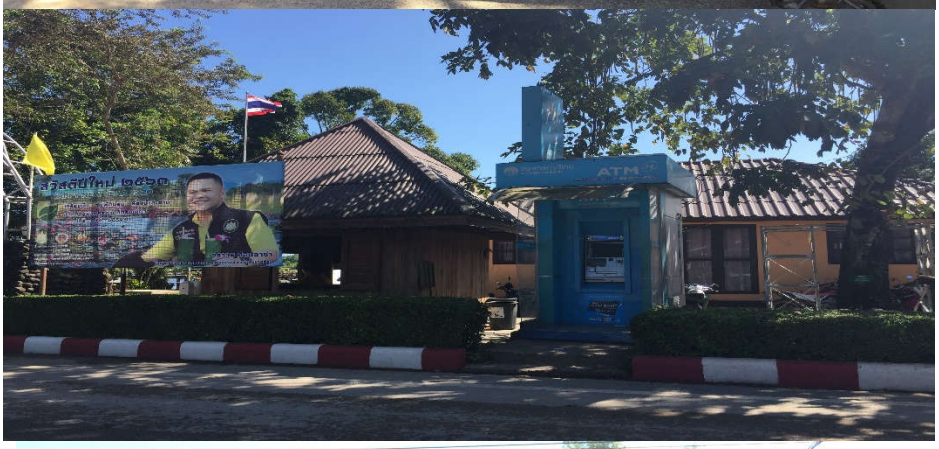






ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจตำบลพนางตุง







ฐานการเรียนรู้/ผู้ผลิตสินค้า OTOP/เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตำบลพนางตุง







ฐานการเรียนรู้/ผู้ผลิตสินค้า OTOP/เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตำบลพนางตุง







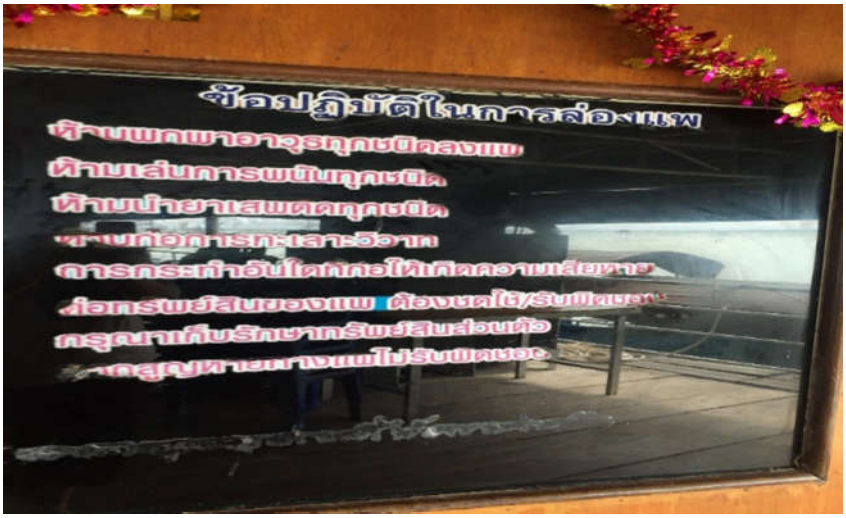
ฐานการเรียนรู้/ผู้ผลิตสินค้า OTOP/เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตำบลพนางตุง



ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจอำเภอปากพะยูน







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจอำเภอปากพะยูน









ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจอำเภอปากพะยูน









ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจอำเภอปากพะยูน









ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจอำเภอปากพะยูน







ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจอำเภอปากพะยูน









โฮมสเตย์โดยชาวบ้านตำบลเกาะหมาก







โฮมสเตย์โดยชาวบ้านตำบลเกาะหมาก







โฮมสเตย์โดยชาวบ้านตำบลเกาะหมาก







ฐานการเรียนรู้/ผู้ผลิตสินค้า OTOP/เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตำบลเกาะหมาก







ฐานการเรียนรู้/ผู้ผลิตสินค้า OTOP/เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตำบลเกาะหมาก







ภาคผนวก ง

การจัดทำแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คณะผู้วิจัยได้นำชุมชน ประกอบด้วยแกนนำชุมชนกลุ่มแพปลาบ้านช่องฟืนและเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมาก กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว กลุ่มเคยปลาและชุมชนทะเลน้อย และนักวิเคราะห์นโยบายและแผน จากองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก และเทศบาลพนางตุง จังหวัดพัทลุง ไปศึกษาดูงานการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดสตูล มีรายละเอียดดังนี้

กำหนดการ

"การศึกษาดูงานการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดสตูล"

ระหว่างวันที่ 22-23 มิถุนายน 2562

เวลา	**รายละเอียด**	**หมายเหตุ**
วันแรก		
06.30 น.	คณะพร้อมกัน ณ จุดนัดหมาย (เดินทางด้วยรถตู้)	เทศบาลพนางตุง
06.45 น.	ออกเดินทางไปจังหวัดสตูล	
09.00 น.	เดินทางถึงกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารทะเลบ้านมะหงัง	อ.ทุ่งหว้า จ.สตูล
09.20 น.	แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านมาตรฐานการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่ได้รับของกลุ่ม ได้แก่ อย. /primary GMP/ฮาลาล/OTOP 5 ดาว/มาตรฐานส่งออก กระทรวงพาณิชย์	
11.30 น.	รับประทานอาหารเที่ยง	
13.30 น.	เดินทางถึงท่าเรือทุ่งริ้น ออกเดินทางต่อไปยังเกาะสาหร่าย หมู่ที่ 2 บ้านบากันใหญ่ จ.สตูล	
14.30 น.	เดินทางถึงเกาะสาหร่าย หมู่ที่ 2 บ้านบากันใหญ่ จ.สตูล	
15.00 น.	ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านบากันใหญ่ จ.สตูล	
18.30 น.	รับประทานอาหารเย็น	
20.00 น.	แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและกิจกรรมการอนุรักษ์ที่ได้รับรางวัลระดับประเทศหลายรางวัล และงานวิจัยเด่นระดับประเทศ	รางวัล อสม. ระดับประเทศ
22.00 น.	พักผ่อนตามอธัยาศัย	
วันที่สอง		
06.45 น.	รับประทานอาหารเช้า	
07.30 น.	ลงมือปฏิบัติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น โรงเรียนปลาศาลาปลาหมึก สหกรณ์หอยร้อยชนิด เป็นต้น	
10.30 น.	เก็บสัมภาระเพื่อเดินทางกลับ	
11.30 น.	รับประทานอาหารเที่ยง	
12.30 น.	ออกเดินทางไปยังท่าเรือทุ่งริ้น	
13.30 น.	เดินทางถึงเครือข่ายการท่องเที่ยวเขาพญาบังสา	
13.45 น.	แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวของชุมชน	งานวิจัยเด่นสกว.
15.30 น.	เดินทางกลับ	
18.00 น.	ถึงที่พักโดยสวัสดิภาพ	

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดสตูล

1. กลุ่มสตรีอาชีพแปรรูปอาหารทะเลบ้านมะหงัง

บ้านมะหงัง เป็นหมู่บ้านที่อยู่ติดทะเลฝั่งอันดามัน ในอดีตเป็นหมู่บ้านที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทั้งบนบกและในน้ำ ในน้ำมีปลาในนามีข้าว และป่าไม้ชายเลนคือไม้โกงกางที่อุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำ เช่นกุ้ง หอย ปู ปลาและอื่นๆ อีกมากมาย ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำการประมง ทำนา ปลูกผักและเลี้ยงสัตว์ ในอดีตนั้นการคมนาคมไม่สะดวก ประชาชนประกอบอาชีพเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน ไม่มีพ่อค้ามารับซื้อสินค้า จึงต้องการจะเก็บผลผลิตไว้ให้ได้นาน เมื่อจับกุ้งในทะเลมาได้ จึงนำกุ้งมาใส่เกลือและตากแห้งเพื่อที่เก็บไว้ได้นานขึ้น หรือเพื่อนำไปจำหน่ายในตัวอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล หรืออำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง เป็นลักษณะกุ้งแห้งไม่แกะเปลือก ไม่ใส่สารกันบูดหรือใส่สีเจือปน ต่อมาการคมนาคมสะดวกมากขึ้น การผลิตกุ้งแห้งมีจำนวนมากและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถใช้ทำอาหารได้หลายชนิด เช่น น้ำพริกกุ้งแห้ง แกงเลียง รับประทานกับข้าวต้ม ประชาชนจึงยึดเป็นอาชีพทำกุ้งแห้ง และเพื่อการเพิ่มมูลค่าของสินค้า จากที่ต่างคนต่างทำจึงมารวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และหาช่องทางการตลาดให้ได้ มากขึ้น มีการจัดตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์กุ้งแห้งเพื่อแปรรูปอาหารทะเล เช่น กุ้งแห้ง กะปิ มันกุ้งปลาเค็มขึ้น เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2543 ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่ม 30 คน ถือได้ว่าการทำกุ้งแห้งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งโดยการพัฒนาการผลิตสินค้าสู่ความเป็นมาตรฐาน

กุ้งแห้งบ้านมะหงังเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในอำเภอ จังหวัด และจังหวัดอื่น ทุกครั้งที่มีการจัดแสดงสินค้า OTOP ในประเทศ กุ้งแห้งบ้านมะหงังจะได้รับการติดต่อให้ไปจำหน่ายเสมอ สามารถทำรายได้ให้กับประชาชนในหมู่บ้านได้เป็นอย่างดี ไม่มีสินค้าเหลือค้างสต๊อก กุ้งแห้งบ้านมะหงัง เป็นกุ้งแห้งที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพมีความปลอดภัยได้รับมาตรฐาน Q, เครื่องหมายฮาลาล และอยู่ระหว่างการขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นผลิตภัณฑ์ผ่านการคัดสรร OTOP ปี 2549 ระดับ 4 ดาว

จุดเด่นผลิตภัณฑ์ กุ้งแห้งใช้วัตถุดิบกุ้งสดในพื้นที่จากทะเลอันดามัน จังหวัดสตูล มีความสด ไม่มีสารเจือปน ไม่ใส่สี ปลอดจากสารพิษ และสามารถรับประทานได้ทันที เนื่องจากผ่านการต้มสุกอีกทั้งการผลิตกุ้งแห้ง เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ และไม่เป็นมลพิษต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม โทรศัพท์ 087-2990500, 086-2795425



ภาพที่ 4.8 กลุ่มแปรรูปบ้านมะหงัง



การแปรรูปกุ้งแห้ง



ผลิตภัณฑ์กลุ่มมะหังที่รับ อ.ย.



ข้อมูลติดต่อกลุ่มมะหัง







คณะศึกษาดูงานการแปรรูปบ้านมะหงัง

2.กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา ตั้งอยู่หมู่ที่ 5 ต.ควนโพธิ์ เป็นกลุ่มที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน โดยใช้กระบวารจัดการกลุ่ม หลาดพญาบังสา กาแฟยามเช้า นอกจากนี้ยังได้มีการเชื่อมโยงฐานการเรียนรู้ของกลุ่มต่างๆ ที่มีอยู่ในตำบล เช่น ฐานการเลี้ยงผึ้งแบบภูมิปัญญา ฐานเรียนรู้การเกษตรและนวัตกรรม(ฟาร์มฝันรักษ์) ยังมีฐานการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานและองค์กรภายในตำบล เช่น ฐานสัตว์ป่า (เขตห้ามล่าสัตว์ป่าหนองปลักพระยาบังสา เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน เกิดการกระจายรายได้ที่หลากหลายสู่กลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มรถสามล้อพ่วง กลุ่มแม่บ้านทำอาหาร และของฝากจาก นาอินทรีย์ (ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา) ได้รับการสนับสนุนจาก กองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) มาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเริ่มตั้งแต่ปี 2551 และเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อ วันที่ 30 กันยายน 2553 และได้มีการก่อสร้างที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ชุมชน ห้องประชุม โรงอาหาร จากการลงหุ้นของสมาชิก ภายในศูนย์ มีการจัดการองค์ความรู้ที่หลากหลาย เช่น การบริหกผัก กลุ่มแม่ค้าในชุมชน เป็นต้น โดยจำแนกฐานการเรียนรู้ด้านต่างๆ ดังนี้

1.ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรม

ใช้สภาพการเป็นอยู่ของคนในชุมชนมาสื่อ หรือถ่ายทอด วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรม และถ่ายทอดสภาพการเป็นอยู่โดยใช้ หลาดพญาบังสา เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด ฐานการจัดการเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ชุมชน , ตำนานเรื่องเล่า , การละเล่น, การแต่งกาย, อาหารพื้นบ้าน, เป็นต้น

2. ด้านการเกษตร

ใช้ฐานการเรียนรู้ของกลุ่มเกษตรกร เช่น กลุ่มเลี้ยงผึ้งโพรง ฐานเรียนรู้การเกษตรและนวัตกรรม (ฟาร์มฝันรักษ์) เป็นต้น

2.ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

ฐานการเรียนรู้ทางโบราณวัตถุ เช่น ถ้วยชาม และของใช้โบราณสมัยกรุงสุโขทัย เป็นต้น

คำขวัญ (slogan)

มาพญาบังสา กินข้าวกล้อง นาอินทรีย์
ชมวิถี ชุมชน คนบ้าน ๆ
ฟาร์มฝันรักษ์ บ้านสวนผึ้ง ทำมานาน
กลายเป็นฐาน เรียนรู้ สู่ชุมชน

วิสัยทัศน์(vision)

สร้างจุดศูนย์รวมแห่งการเรียนรู้ สู่การท่องเที่ยวโดยชุมชน พัฒนากลุ่มองค์กรให้เข้มแข็ง ส่งเสริมการสร้างงาน นำวิถีชีวิต ภูมิปัญญา มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต มุ่งส่งเสริมการมีสุขภาพดีทั่วหน้า อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เปิดโลกแห่งการเรียนรู้ด้านภาษาสู่อาเซียน

เป้าหมาย(Goal)

1. พัฒนาและเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้แก่ชุมชน และเป็นศูนย์รวมแห่งการเรียนรู้
2. ส่งเสริมและอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ
3. พัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน กลุ่มอาชีพ กลุ่มเกษตรกร
4. ส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
5. ส่งเสริมสนับสนุน ฟื้นฟู วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและวัฒนธรรม
6. ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
7. ส่งเสริมการเรียนรู้ประชาธิปไตยชุมชน

8. ส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
9. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐและเอกชน ในการอนุรักษ์ การใช้ประโยชน์และการพัฒนา
10. ส่งเสริมสุขภาพอนามัยของคนในชุมชน
11. การแก้ไขปัญหา การเฝ้าระวังและช่วยเหลือปัญหาเรื่องภัยพิบัติ
12. ส่งเสริมสวัสดิการสังคมแก่ชุมชน

รายชื่อคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

ที่	ชื่อ – สกุล	ที่อยู่	ตำแหน่ง	เบอร์โทร
1	นายสุรัฐพงศ์ หมันใจดี	159 หมู่ 2 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	ประธาน	086-4806165
2	นายชัยยุทธ์ ช้ายเกลี้ยง	1 หมู่ 4 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	รองประธาน	086-2844080
3	นายรณ ดำพิลา	62 หมู่ที่ 7 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	เหรัญญิก	089-9772932
4	นายเนาะ หนูชูสุข	55 หมู่ที่ 2 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรรมการ	083-6569898
5	นายเจ๊ะราเหม เหมโคกน้อย	60 หมู่ที่ 2 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	081-5382434
6	นางกมลา แลหาด	239/1 หมู่ที่๑ ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	088-7565238
7	นายอรัญ แลหาด	165/1หมู่ที่5 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	099-3592877
8	นางลัชดา ลิงาลาห์	187 หมูที่ 5 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	061-2068697
9	นางศิริวรรณ ดำสำสู	60 หมู่ที่ 2 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	
10	นายรอเฉด สาลี	34 หมู่ที่ 2 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	081-0960433
11	นายสะกรียา หลีอาซิม	318 หมูที่ 2 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	084-9967426
12	นางยุพดี ฉาดหลี	239 หมู่ที่ 5 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	
13	นายสามาด เตาะโต	137 หมู่ที่ 1 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	093-7643608
14	นายบุญมา โดยพิลา	หมู่ที่ 6 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	กรรมการ	081-3705764
15	นางกูอัน หมันใจดี	159 หมู่ที่ 2 ต.ควนโพธิ์ อ.เมือง จ.สตูล	เลขานุการ	083-6568954

ระเบียบข้อบังคับ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

ตำบลควนโพธิ์ อำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล

ข้อ 1. ระเบียบนี้เรียกว่า ระเบียบข้อบังคับ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา ตำบลควนโพธิ์ อำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล

ข้อ 2. ระเบียบนี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3. ในระเบียบนี้

"ระเบียบชุมชน" หมายความว่า ข้อบังคับหรือระเบียบที่มาจากชุมชน

"คณะกรรมการ" หมายความว่า คณะกรรมการบริหารกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

"ประธาน" หมายความว่า ประธานกรรมการบริหารกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

"กรรมการ" หมายความว่า กรรมการกรรมบริหารกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

"สมาชิก" หมายความว่า สมาชิกเครือข่ายกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

ส่วนที่ 1 วัตถุประสงค์บทบาทหน้าที่ กลุ่มเป้าหมาย

ข้อ 4. วัตถุประสงค์ของกลุ่ม

4.1 พัฒนาและเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้แก่ชุมชน และเป็นศูนย์รวมแห่งการเรียนรู้

4.2 ส่งเสริมและอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ

4.3 พัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน กลุ่มอาชีพ กลุ่มเกษตรกร

4.4 ส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

4.6 ส่งเสริมสนับสนุน ฟื้นฟู วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและวัฒนธรรม

4.7 ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

4.8 ส่งเสริมการเรียนรู้ประชาธิปไตยชุมชน

4.9 ส่งเสริมสนับสนุนการท่องเท่ยีวเชงิอนุรักษ์

4.10 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐและเอกชนในการอนุรักษ์ การใช้ประโยชน์และการพัฒนา

4.11 ส่งเสริมสุขภาพอนามัยของคนในชุมชน

4.12 การแก้ไขปัญหา การเฝ้าระวังและช่วยเหลือปัญหาเรื่องภัยพิบัติ

4.13 ส่งเสริมสวัสดิการสังคมแก่ชุมชน

ข้อ 5. บทบาทหน้าที่ของกลุ่ม

5.1 เป็นศูนย์รวมแห่งแหล่งเรียนรู้

5.2 เป็นศูนย์รวมของผู้ปฏิบัติงานด้านพัฒนาสังคม

5.3 ประสานงานเครือข่าย

5.4 จัดกิจกรรม จัดกระบวนการเรียนรู้

5.5 ทำแผนงาน/โครงการพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

5.6 จัดหางบประมาณต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือองค์กรต่าง ๆ

5.7 จัดให้มีสวัสดิการสังคมแก่ชุมชน

ข้อ 6. กลุ่มเป้าหมายในการจัดสวัสดิการ

6.1 เด็ก 6.2 เยาวชน

6.3 สตรี 6.4 ผู้สูงอายุ

6.5 คนพิการและผู้ด้อยโอกาส

ส่วนที่ 2 คณะกรรมการ

ข้อ 7. ให้มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม 12- 20 คน ประกอบด้วย

7.1 ให้มีกรรมการที่มาจากการเลือกตั้ง 10 คน

7.2 ให้มีกรรมการที่มาจากตัวแทนของกลุ่มกลุ่มละ 1 คน

ข้อ 8. คุณสมบัติของคณะกรรมการ

8.1 เป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในตำบลควนโพธิ์และตำบลใกล้ เคียงบริเวณเขาพญาบังสา

8.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เป็นผู้ประพฤติตนผิดกฎหมายหรือเสื่อมเสียในศีลธรรม

8.3 กรรมการต้องเป็นสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาพญาบังสา

ข้อ 9. สถานภาพของคณะกรรมการ

9.1 ให้มีวาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ คราวละ 2 ปี

9.2 กรรมการที่เคยดำรงตำแหน่งสามารถรับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการใหม่ได้

ข้อ10. การพ้นจากตำแหน่งของคณะกรรมการ

10.1 ครบวาระ

10.2 ถึงแก่กรรม

10.3 ลาออก โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการด้วยเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของคณะกรรมการ

10.4 คณะกรรมการมีมติให้ออกด้วยเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของคณะกรรมการ

ข้อ 11. ตำแหน่งและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

11.1 ประธาน

11.1.1 ควบคุมดูแลและรับผิดชอบการปฏิบัติงานของคณะกรรมการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

11.1.2 เป็นประธานในท่ีประชุมของคณะกรรมการบริหาร

11.1.3 ทา หน้าที่อื่น ๆ ตามมตทิี่ประชุม

11.2 รองประธาน

11.2.1 ทำหน้าที่แทนประธาน ในกรณที่ประธานไม่สามารถทำหน้าที่ได้

11.2.2 ทำหน้าที่อื่น ๆ ที่ประธานมอบหมาย

11.3 เลขานุการ

11.3.1 จดบันทึกรายงานการประชุม

11.3.2 จัดทำวาระการประชุม และออกหนังสือเชิญประชุมประจำเดือน หรือวาระเร่งด่วน

11.4 ประชาสัมพันธ์

11.4.1 ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร

11.4.2 รายงานข้อมูลการบริหารจัดองค์กรแก่สมาชิก

11.5 เหรัญญิก

11.5.1 จัดทำบัญชี ควบคุมการเงิน และจัดทำเอกสารทางการเงิน

11.5.2 เบิกจ่ายเงินตามมติของคณะกรรมการ

11.5.3 รายงานสถานการณ์เงิน แก่ที่ประชุมของคณะกรรมการ

11.6 กรรมการ

11.6.1 เข้าร่วมประชุม/เสนอแนะ/วางแผนการ การบริหารงานของคณะกรรมการ

11.6.2 ออกเสียงสนับสนุน/คัดค้าน ต่อมติที่ประชุม

11.6.3 ให้ดำเนินงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากมติคณะกรรมการ

ส่วนที่ 3 สมาชิก

ข้อ 12. คุณสมบัติของสมาชิก

12.1 เป็นชาวบ้านในชุมชนตำบลควนโพธิ์และตำบลใกล้ เคียงบริเวณเขาพญาบังสา

12.2 มีความรัก และเข้าใจในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรม

12.3 เป็นบุคคลที่มีจิตทุ่มเท เสียสละ สามารถเป็นนักพัฒนาสังคมของชุมชน

ข้อ 13. การเข้าเป็นสมาชิก

13.1 แจ้งความจำนงพร้อมยื่นใบสมัครตามแบบที่คณะกรรมการกำหนดและได้รับความเห็นชอบจากมติกรรมการเกินกึ่งหนึ่งและต้องมีหุ้นตามที่กำหนด(ตามข้อ)

ข้อ 14. การขาดจากการเป็นสมาชิก

14.1 ลาออก

14.2 กรรมการมีมติให้ออก เนื่องจากมีพฤติกรรมเป็นปรปักษ์ต่อกลุ่ม ด้วยเสียงกึ่งหนึ่งของสมาชิกทั้งหมด

14.3 กระทำผิดด้วยการฝ่าฝืนกฎข้อบังคับเครือข่ายอย่างร้ายแรง

14.4 ขาดการประชุม ติดต่อกัน จนคณะกรรมการพิจารณาให้ออก

ส่วนที่ 4 การประชุม

ข้อ 15. การประชุมของคณะกรรมการ

15.1 การประชุมคณะกรรมการ กำหนดให้มีการประชุมอย่างน้อยเดือนละครั้ง

15.2 การประชุมของคณะกรรมการ กำหนดให้มีการประชุมเป็นไปตามวาระ

15.3 องค์ประชุมต้องไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของคณะกรรมการ

15.4 การเปิดประชุมวาระเร่งด่วนให้เสนอต่อประธานหรือคณะกรรมการหนึ่งในสามร้องขอให้มีการเปิดประชุม

ส่วนที่ 5 การจัดทำแผน

ข้อ 16. การจัดทำแผน

16.1 กำหนดให้คณะกรรมการจัดทำแผนงานประจำปี

16.2 จะต้องนำ แผนงานเสนอต่อที่ประชุมใหญ่เพื่อทราบและพิจารณาปรับปรุง

16.3 แผนงานประจำปี จะต้องมีมติรับรองด้วยเสียงเกินกึ่งหนึ่งของผู้เข้าร่วมประชุม

ส่วนที่ 6 การเงินและทรัพย์สิน

ข้อ 17. ทุนดำเนินการ

17.1 ค่าธรรมเนียมสมาชิก

17.2 ค่าหุ้นสมาชิก

17.3 เงินสนับสนุน/กู้ยืมจาก กลุ่ม/องค์กร

ข้อ 18. การเงินและทรัพย์สิน

18.1 ให้คณะกรรมการฝ่ายเหรัญญิกบัญชีเป็นผู้จัดทำบัญชีรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารทุก 6 เดือน

18.2 การเบิกจ่ายเงินต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการสองในสาม ของผู้มีอำนาจเบิกจ่าย ซึ่งกำหนดให้มีสามคน ประกอบด้วย ประธาน เหรัญญิก กรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง

18.3 การเบิกจ่ายงบประมาณการดำเนินงานให้ถือตามมติในที่ประชุมของคณะกรรมการ

18.4 ให้คณะกรรมการบริหาร แต่งตั้งกรรมการ 3 คน ทำหน้าที่ตรวจสอบการเงิน และทรัพย์สินปีละครั้ง

ส่วนที่ 7 ว่าด้วยหุ้นของสมาชิก

19. หุ้นของสมาชิก

19.1 สมาชิกถือหุ้นได้ไม่เกินคนละ 1000 หุ้น ในอัตราหุ้นละ 100 บาท

19.2 การรับสมาชิกใหม่ แจ้งผู้ทีจะมาถือหุ้นให้ที่ประชุมทราบ และให้ที่ประชุมพิจารณา ตรวจสอบ และให้มติ

ที่ประชุมเห็นชอบ

19.2.1 ตรวจสอบประวัติ

19.2.2 การเสียสละตนเองต่อส่วนรวม

19.2.3 การทำประโยชน์ต่อสังคม

19.3 การถอนหุ้น ผู้ถือหุ้นต้องแจ้งให้คณะกรรมทราบไม่น้อยกว่า 6 เดือน

19.4 การคืนเงินหุ้นแก่ผู้ขอถอนหุ้น จ่ายไม่เกิน 6 เดือน

19.5 ให้นำเงินกองทุนสำรองจ่ายคืนให้แก่ผู้ขอถอนหุ้น

19.6 ถ้าไม่มีการซื้อหุ้นต่อ ให้ประกาศขายหุ้นในคราวประชุมปี ถัดไป

ส่วนที่ 8 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ข้อที่ 20. กฎระเบียบว่าด้วยทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

20.1 ห้ามทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

20.2 ห้ามล่าสัตว์ในเขตบริเวณเขา

20.3 ห้ามนำพันธุ์ไม้ออกจากชุมชน

20.4 ห้ามใช้เครื่องมือที่ทำลายสภาพแวดล้อมจับปลา เช่น เครื่องฉ๊อตปลา วางยาเบื่อปลา

20.5 ให้ชุมชนช่วยดูแลรักษาป่าและส่งเสริมการปลูกป่า ขยายพันธุ์สัตว์น้ำ

ส่วนที่ 9 บทเฉพาะกาล

22. บทเฉพาะกาล

22.1 การแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบข้อบังคับ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารเกินกึ่งหนึ่งของคณะกรรมการ

22.2 เมื่อมีข้อขัดแย้งในกรณที่ไม่มีระบุในระเบียบข้อบังคับนี้ให้ถือตามมติที่ประชุมของคณะกรรมการเกินกึ่งหนึ่งของคณะกรรมการ

22.3 ให้คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งก่อนที่ระเบียบข้อบังคับยังคงทำ หน้าที่ต่อไปจนกว่าจะครบวาระการดำรงตำแหน่ง



กฎระเบียบว่าด้วยนักท่องเที่ยว



การจัดสรรผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว



คณะศึกษาดูงานการจัดการเขาพญาบังสา

3. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบชุมชนบากันใหญ่ ต.เกาะหร่าย อ.เมือง จ.สตูล

ผลจากการศึกษาดูงานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบชุมชนบากันใหญ่ จังหวัดสตูล เป็นดังนี้คือ

การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบากันใหญ่ ตำบลเกาะสาหร่าย อำเภอเมือง จังหวัดสตูล ก่อกำเนิดมาตั้งแต่ 2551 โดยเกิดจากงานวิจัยของ ผศ.สุจิตราภรณ์ จุสปาโล โดยเริ่มต้นจากคณาจารย์ได้ดำเนินการวิจัยร่วมกับชาวบ้าน เพื่อศึกษาศักยภาพทั่วไปทางด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โด่งดังอันเป็นสมบัติเฉพาะถิ่นของชุมชน หาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการวางแผนการท่องเที่ยว เพื่อวางแผนการท่องเที่ยว โดยชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและเพื่อหารูปแบบ การบริหารจัดการและกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวหรือเส้นทางที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาด้านการตลาดและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อพัฒนาบุคลากรและเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมพร้อมรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวและศึกษา

มุมมองจากนักท่องเที่ยว จะมีจุดร่วมคือการ “ทำอย่างไร” เพื่อเกิดความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนหรือโดยชุมชนได้

ต่อมาทดลองถ่ายเทคโนโลยีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับชุมชนบ้านบากันใหญ่ ต. เกาะสาหร่าย อ.เมือง จ. สตูล เพื่อให้ชาวบ้านนำการท่องเที่ยวมาเป็นจุดสร้างทางเลือกของอาชีพ โดยมีการศึกษาสภาพชุมชน ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้การวิจัยและวิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบมีส่วนกับผู้เกี่ยวข้อง พบว่าบ้านบากันใหญ่ มีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์และเอื้อต่อการเรียนรู้ มีป่าชายเลน ป่าไม้เบญจพรรณ จุดดำน้ำดูปะการัง จึงได้มีการเปิดเวทีสนทนาร่วมกัน เพื่อสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งไม่กระทบต่อวิถีชีวิต ธรรมเนียม ประเพณี ของชุมชน เป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีอยู่ ได้เป็นโปรแกรมสำเร็จรูป 2 วัน 1 คืน เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตบนความพอเพียงของชาวบ้านร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ปลูกหญ้าทะเลให้พะยูน ปล่อยพันธุ์ปูม้าไข่ ปลูกปะการังเขากวาง และพักโฮมสเตย์ชุมชน ซึ่งองค์ความรู้ชุดนี้ มีบริบทเชิงนิเวศ และบริบทชุมชน และวิถีชีวิตใกล้เคียงกับชุนชนที่จะทำการท่องเที่ยวบริเวณรอบอ่าวปัตตานีที่นำไปประยุกต์ใช้ แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่างานนี้จะได้โปรแกรมการท่องเที่ยว ได้แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม รูปแบบที่พัก และวิธีการจัดการการท่องเที่ยว พบว่าในช่วงแรกนักท่องเที่ยวก็ยังไม่เชื่อมั่นต่อแหล่งท่องเที่ยว ชาวบ้านในหมู่บ้าน ได้ร่วมกันจัดตั้งเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบากันใหญ่

ในงานวิจัยครั้งนี้เน้นไปที่การศึกษาศักยภาพของชุมชนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะเห็นถึงประเด็นที่น่าสนใจสู่การปฏิบัติได้ดีคือการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการประสานงานและให้ข้อมูลบริบทชุมชน เกิดเป็นโปรแกรมศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งนักวิจัยใช้คำว่า ทำเรื่องราว หรือ Stories เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่โดดเด่น ซึ่งกระบวนการนี้นักวิจัยได้สรุปให้ชัดเป็นกลไก 3 ส่วน คือ การใช้พลังชุมชนขับเคลื่อน การค้นหาของดีของท้องถิ่นและ การใช้กลยุทธ์การ เสริม สร้าง พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบากันใหญ่ที่ผ่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของชุมชนท้องถิ่น สำหรับการนำเสนอภาพลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร่วมถึงการปรับตัวในเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ตลอดเวลา โดยทำอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการ มีการจัดการการท่องเที่ยวในส่วนที่พักอยู่ในรูปแบบโฮมสเตย์ โดยชุมชนมีส่วนร่วม สมาชิกในคณะกรรมการซึ่งควรมาจากทั้งภายในและภายนอกชุมชน ซึ่งมีโครงสร้างคือประธาน รองประธาน เลขานุการ คณะกรรมการ และประธานกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มบ้านพัก กลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มสินค้าบริการ กลุ่มอาหาร กลุ่มต้อนรับ และกลุ่มประมงอนุรักษ์ เป็นต้น รวมทั้งมีที่ปรึกษาซึ่งจะเป็นตัวแทนจากภายนอก หน้าที่หลักของคณะกรรมการได้กำหนดระบบวิธีการในการจัดการท่องเที่ยว กำหนดกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม ซึ่งสะท้อนความเป็นชุมชนรวมถึงภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนบากันใหญ่นั้นได้ให้การต้อนรับทุกภาคส่วนที่จะเข้ามาช่วยพัฒนาในมิติต่าง ๆ ที่สำคัญเกี่ยวข้อง ซึ่งหลักการนี้ทำให้ หลายภาคส่วนเข้ามาเสนอแนะเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการมีส่วนร่วมของชุมชน ในบางเรื่องบางราวบุคคลภายนอกชุมชนมีมุมมองต่อกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไปจะนำเสนอต่อการพัฒนาชุมชน ซึ่งในส่วนของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นก็เข้าใจกระบวนการและบริบทของชุมชนโดยไม่ยึดมุมมองของตนเองมากนัก นอกจากนี้แกนนำชุมชนได้เดินทางไปเรียนรู้นอกชุมชนและมีการนำหลักการและลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบมาปรับใช้ และแก้ไขจุดด้อยหรือปัญหาทางการท่องเที่ยวของชุมชนบบ้านบากันใหญ่ แต่ให้คงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นชุมชน แนวคิดที่เป็นแบบอย่างที่ดีคือการนำเสนอแนวคิดการศึกษาแบบ “องค์รวม” ซึ่งคือการนำแนวคิดและหลักการของหลายๆ ส่วนมาผสมผสาน เช่นแนวคิดรูปแบบต่างๆ ของการท่องเที่ยว แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ประเด็นร่วมถอดบทเรียนงานวิจัยพบว่าประเด็นขององค์ความรู้ร่วมกันในหลายประเด็น ดังต่อไปนี้ชุมชนที่เลือกที่จะศึกษา

1) ชุมชนนั้นมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งแต่ละที่จะมี “อัตลักษณ์” ของตนและเป็นเฉพาะพื้นที่ เช่น วัฒนธรรม ประเพณี อาหารท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ทรัพยากรประมงชายฝั่ง 2) ชุมชนบ้านบากันใหญ่ยอมรับการท่องเที่ยว ไม่ต่อต้าน และเห็นประโยชน์ร่วมกันจากการมีการท่องเที่ยวในชุมชนของตน 3) ชุมชนบากันใหญ่มีเครือข่ายในการร่วมพัฒนาที่ค่อนข้างเข้มแข็ง ซึ่งประกอบด้วยผู้นำชุมชน นักวิชการ นักวิจัย หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และ 4) ชุมชนบากันใหญ่มีนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยใช้อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวิถีชุมชนเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้ท่องเที่ยวและเรียนรู้ร่วมกับชุมชน

ประโยชน์ที่เห็นร่วมกันจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนบากันใหญ่ ซึ่งเป็นประเด็นที่ชัดเจน ดังนี้ 1) ชุมชนเกิดรายได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลักมากกว่าเป็นรายได้หลัก ซึ่งชุมชนส่วนใหญ่จะมีอาชีพด้านประมงชายฝั่ง ซึ่งเป็นจุดที่สามารถถ่ายทอดแลกเปลี่ยนกระบวนการของการประกอบอาชีพในชุมชนแก่ผู้มาเยือนได้เช่นกัน อีกทั้งเป็นการสานความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นในเรื่องธรรมชาติและวิถีชีวิตกับนักท่องเที่ยวได้ 2) การท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้ชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรในชุมชน กระตุ้นให้เกิดจิตสำนึก และความภาคภูมิใจในบ้านเกิดของตน อีกทั้งยังให้ตระหนักในคุณค่าวัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนซึ่งกระบวนการวิจัยเป็นแบบมีส่วนร่วมก็เป็นวิธีหนึ่งที่ร่วมกระตุ้นจิตสำนึกและสร้างความรับผิดชอบในการร่วมกันดูแลรักษาทรัพยากรในชุมชน 3) สืบเนื่องจากการกระตุ้นจิตสำนึกและการอนุรักษ์การท่องเที่ยวในชุมชนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการที่จะช่วยเผยแพร่ ถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นชุมชนนั้นๆ สู่ภายนอกทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ ซึ่งในการวิจัยได้เสนอให้ชุมชนบากันใหญ่สร้างเครื่องมือการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม เช่น แผ่นพับ โปสการ์ด ซีดี บรรจุภัณฑ์ เว็บไซต์ Facebook เรื่องราว สิ่งพิมพ์ คำขวัญ และมัคคุเทศก์ เป็นต้น 4) การเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการจัดการการท่องเที่ยว สามารถลดหรือขจัดความขัดแย้งในชุมชนได้เมื่อเกิดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ระหว่างกัน และสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานได้เป็นอย่างดี

จากองค์ความรู้สู่แนวทงปฏิบัติสามารถที่จะนำมารวบรวมสังเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางสู่การปฏิบัติได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องขององค์ประกอบที่เกี่ยวเนื่องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้

การนำไปสู่การปฏิบัติในเรื่องของหลักสำคัญสู่ความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนแม้จะทำการวิจัยในพื้นที่ ที่แตกต่างกัน แต่มีจุดยืนร่วมกันคือแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งองค์ประกอบหรือหัวใจสำคัญที่เสมือนกุญแจสู่ความสำเร็จ (Key to Success) คือ 1) การที่ชุมชนยอมรับและเห็นประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมทั้งมีส่วนร่วมในกระบวนการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน ดังนั้นเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบากันใหญ่เป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการด้านการท่องเที่ยวเกิดกระบวนการเรียนรู้ จะช่วยให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมระบบนิเวศ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้สามารถคงอยู่ได้อย่างสมบูรณ์” 2) นอกจากการยอมรับการท่องเที่ยวและรับทราบถึงประโยชน์แล้ว ชุมชนจะต้องเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวด้วย ชุมชนควรมีส่วนอย่างน้อย 4 ประการคือ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมเรียนรู้ ร่วมรับประโยชน์ 3) พื้นที่ในชุมชนมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าหรือสามารถกล่าวได้ว่ามีทุนทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และปัญญาที่มีศักยภาพ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นทางธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน 4) การดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนนั้นหนึ่งใน

หัวใจของความสำเร็จคือการมีผู้นำ หรือแกนนำที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ผู้นำนั้นควรต้องมีวิสัยทัศน์ และได้รับความเชื่อถือจากชุมชน ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบากันตั้งอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการ 5) เครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความร่วมมืออย่างเต็มใจ ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในบริบทของแต่ละชุมชนอาจต่างกันไป หากนำมาสังเคราะห์ให้เห็นจะมี ภาคส่วนของชุมชน (เช่น คณะกรรมการในชุมชน กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มอาชีพ ภาคส่วนของรัฐ (เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสตูล) ภาคส่วนของเอกชน (เช่น กลุ่มผู้ประกอบการ สื่อมวลชน) ภาคการศึกษา (เช่น ครู อาจารย์ นักเรียน นักศึกษา) และรวมทั้งนักท่องเที่ยว ซึ่งทุกภาคส่วนควรมีส่วนร่วมเช่นการให้คำปรึกษาหรือการสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชนบากันใหญ่

การนำสู่การปฏิบัติในเรื่องขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

- สิ่งดึงดูดในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นองค์ประกอบสำคัญตามที่ได้กล่าวมาและนอกจากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เดียว การเชื่อมต่อเส้นทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเชื่อมต่อได้ทั้งในระดับพื้นที่ระดับจังหวัดในเรื่องของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยว และมีข้อเสนอแนะเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ซึ่งการศึกษาเชิงพื้นที่นั้นสามารถศึกษาเชื่อมโยงพื้นที่ได้อย่าง

- กิจกรรมด้านการท่องเที่ยว (Activity) นั้นมีหลากหลายกิจกรรมที่เป็นทางเลือกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับบริบทที่เหมาะสมแก่ชุมชนนั้นๆ ซึ่งในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้นกิจกรรมที่เหมาะสมจะเป็นในลักษณะของกิจกรรมร่วม หรือให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมร่องเรือชมป่าโกงกาง กิจกรรมทางศึกษาเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มได้โดยมีนักสื่อความหมายเป็นชาวบ้านในการสื่อความหมาย การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจ การจับจ่ายซื้อสินค้า เชิงธรรมชาติ เชิงนิเวศ หรือเชิงศึกษาเรียนรู้ การพัฒนาให้เกิดมัคคุเทศก์ และยุวมัคคุเทศก์เพื่อนำเที่ยว เป็นต้น

- ในด้านที่พัก (Accommodation) การพัฒนาที่พักในชุมชนในรูปแบบโดยเฉพาะโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นดำเนินการการควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งได้รับความนิยมในระยะ 1-2 ทศวรรษที่ผ่านมา และเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ และเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งมีการจัดการอย่างเป็นระบบและเป็นที่ยอมรับซึ่งสามารถดำเนินการในรูปแบบคณะกรรมการชุมชนได้

- การมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) โดยเฉพาะขั้นพื้นฐานเป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญ ควรมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานคือควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ทางกายภาพ ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ การจัดโซนพื้นที่ของสิ่งอำนวยความสะดวก มีสถานที่พักผ่อน ปรับถนนให้พร้อมใช้ มีห้องน้ำบริการรวมถึงศูนย์ข้อมูลชุมชน

- การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่ง และสามารถสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้แก่พื้นที่ได้ ซึ่งการจัดการด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึง

- นอกจากองค์ประกอบ 5 A’s แล้ว องค์ประกอบทางด้านการตลาด และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเป็นที่รู้จัก งานวิจัยเรื่องแนวทางส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบากันใหญ่ ต่อมาชัยรัตน์ จุสปาโล ได้พัฒนาการการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ให้ตรงกับความต้องการของชุมชนบ้านบากันใหญ่ โดยใช้การวิจัยแบบมีสวนร่วมพบว่ากลุ่มเป้าหมายทางตลาดมีหลายกลุ่ม เช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่การเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นคนทำงานต่องการมาพักผ่อนในช่วงวันหยุด และนักนักท่องเที่ยวองค์การห้างร้านต่าง ๆ ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อสร้างความสามัคคีภายในหมู่คณะ ดังนั้นกลุ่มดังกล่าว มีความต้องการข้อมูลเพื่อเตรียมการเดินทางมาท่องเที่ยว และสื่อ ทางการตลาดที่มีประสิทธิผลมากที่สุด คือ สื่อโซเชี่ยวมีเดีย ได้แก่ facebook และ youtube และใช้กลยุทธ์เรื่อง viral marketing ลูกค้าที่เคยเดินทางมาเที่ยว ได้รับประสบการณ์ที่ดี

จากบริการ การท่องเที่ยวของชุมชน มีการบอกต่อ ปากต่อปาก ทำให้ แบรนด์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบากันใหญ่ มีชื่อเสียงในเวลารวดเร็ว และประกอบมีการวิจัยเพื่อให้เกิดการบูรณาการในการดูแลทรัพยากรประมงชายฝั่งกับการท่องเที่ยวของชุมชน

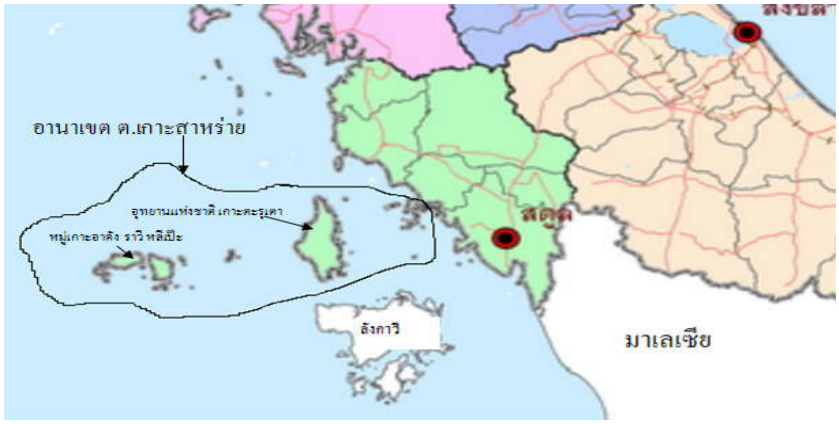
นอกจากนี้การนำสู่การปฏิบัติ ในเรื่องของหลักการการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ให้แนวทางในการศึกษาอย่างกว้าง ๆ ว่าชุมชนต้องดำเนินการอย่างไรบ้าง

- การอนุรักษ์ใช้ทรัพยากรอย่างพอเหมาะพอดีให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อในระยะยาวถึงคนรุ่นหลัง
- รักษา ส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- สามารถนำการท่องเที่ยวเป็นการช่วยให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น มีการกระจายประโยชน์แก่คนส่วนใหญ่ในท้องถิ่น
- มีการทำงานและพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันกับเครือข่ายการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง
    - มีการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ
    - มีการจัดเตรียมข้อมูล การบริการแก่นักท่องเที่ยว
    - มีการประชุม ติดตาม ประเมิน พัฒนางานด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยภาคส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้อง
    - มีการสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

และเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการช่วยอนุรักษ์ความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ตำบล เกาะสาหร่าย ซึ่งเป็นหมู่เกาะมีทรัพยากรประมงชายฝั่งที่อย่างยืน ชัยรัตน์ จุสปาโล (2556) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งเพื่อการพึ่งตนเองของชาวประมงพื้นบ้านใน ต.เกาะสาหร่าย อ.เมือง จ.สตูล พบว่าด้านการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง และเพื่อพัฒนารูปแบบในการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง โดยเน้นความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ของประมงพื้นบ้าน

1) ศักยภาพการพึ่งพาตนเองในการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งของชุมชนใน ต.เกาะสาหร่าย จ.สตูล

ตำบลเกาะสาหร่าย เป็นตำบลที่อยู่ในความปกครองของอำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล ตำบล เกาะสาหร่าย เดิมชื่อว่า ตำบลเกาะโตด ต่อมาเปลี่ยนเป็น ตำบลยะระโตด และต่อมาก็เปลี่ยนอีกครั้งเป็นตำบลเกาะสาหร่าย จนปัจจุบัน คำว่า “โตด” มาจากภาษามาลายู “ระโตด” หรือ “ลาโตด”แปลว่า สาหร่าย ซึ่งในขณะนั้นในพื้นที่แห่งนี้มีสาหร่ายเป็นจำนวนมาก



พื้นที่ตำบลเกาะสาหร่าย

ตำบลเกาะสาหร่ายมีสภาพเป็นหมู่เกาะน้อยใหญ่ ประมาณ 69 เกาะประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 ตันหยงอุมา หมู่ที่ 2 บากันใหญ่ หมู่ที่ 3 ตันหยงกลิง หมู่ที่ 4 ยะระโตดนุ้ย หมู่ที่ 5 ยะระโตดใหญ่(บ้านเกาะสาหร่าย) หมู่ที่ 6 ตะโละน้ำหมู่ที่ 7 เกาะอาดัง การศึกษาในครั้งนี้ได้ตัดหมู่ที่ 7 ออกจากการศึกษา เนื่องจากพื้นที่อยู่ไกลชายฝั่งมาก จำนวนครัวเรือนและประชากร ปัจจุบันในเขตตำบลเกาะสาหร่าย มีประชากรรวม 4,822 คน ซึ่งแยกเป็นชาย 2,409 คน หญิง 2,458 คน และมีครัวเรือนทั้งหมด 1,036 ครัวเรือน

ชาวบ้านในตำบลเกาะสาหร่าย นับถือศาสนาอิสลามเป็นส่วนใหญ่ มีชีวิตความเป็นอยู่เรียบง่าย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงขนาดเล็ก ดำรงชีวิตอยู่กับแหล่งทรัพยากรชายฝั่ง ในรอบหลายปีที่ผ่านมาพบว่าสาเหตุหลักทำให้ปริมาณสัตว์น้ำลดน้อย ปัญหาเกิดจากชาวประมงทั้งภายในและภายนอกชุมชน ปัญหาใหญ่คือทำประมงโดยอวนรุน อวนลาก จากเรือประมงพาณิชย์ที่ได้ทำลายทรัพยากรไปมาก และคนในพื้นที่เองมีการใช้เครื่องมือผิดกฎหมาย การจับสัตว์น้ำวัยอ่อน หรือจับในฤดูวางไข่ จากสภาพปัญหานี้ ที่ผ่านมาหน่วยงานของรัฐ ได้ออกพื้นที่ตรวจตราการใช้เครื่องมือประมงผิดกฎหมาย โดยใช้ทั้งมาตรการป้องกันและปราบปรามเป็นหลัก

ศักยภาพการพึ่งพาตนเองในการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งของชุมชนปัจจุบัน พบว่าจากมุมมองของชาวบ้านในพื้นที่ การจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งชุมชนทั้งหมดของ ต.เกาะสาหร่าย ยังไม่ได้กำหนดวัตถุประสงค์การจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง ไม่ได้กำหนดตัวชี้วัด และไม่ได้ดำเนินงาน ทั้งในมิติการใช้ประโยชน์และการอนุรักษ์ฟื้นฟู อย่างเป็นระบบ ชาวบ้านใช้เพียงการสังเกตการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่เกิดขึ้น เช่น ปริมาณปูม้าลดลง จำนวนปลาที่เคยหาในพื้นที่ใกล้ชุมชนลดลง ปัจจุบันต้องออกทะเลไปไกลมากขึ้นกว่าจะแหล่งจับปลา แต่อย่างไรก็ตามพบว่าบางชุมชนเริ่มทำกิจกรรมปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำร่วมกับหน่วยงานภายนอก นอกจากนี้ชาวบ้านยังไม่มีการติดตามและรายงานผลทั้งในเรื่องการใช้และการฟื้นฟูทรัพยากรชายประมงชายฝั่งทั้งในระยะสั้นและระยะยาว



ภาพถ่ายดาวเทียมพื้นที่วิจัย

2) ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งเพื่อการพึ่งพาตนเองของประมงพื้นบ้านใน ต.เกาะสาหร่าย จ.สตูล

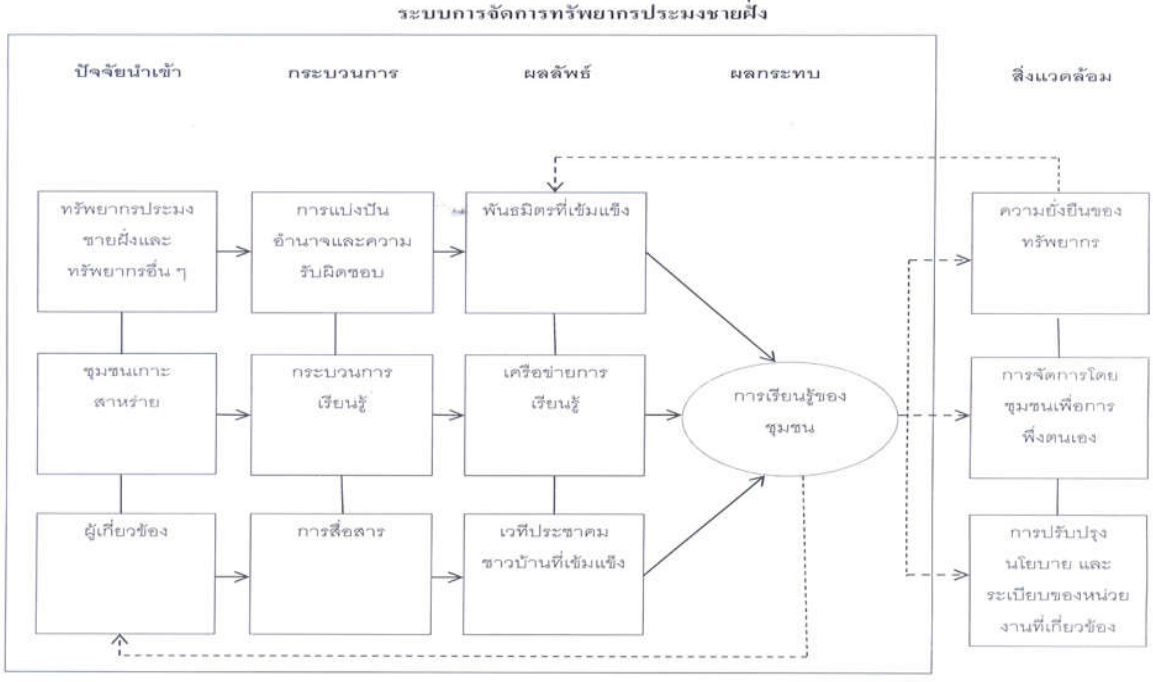
สังเคราะห์สรุปผลได้ดังนี้ **จุดแข็ง** ในตำบลเกาะสาหร่ายปัจจุบันยังมีทรัพยากรประมงชายฝั่งที่สัตว์น้ำเศรษฐกิจยังมีเหลือให้อนุรักษ์หรือฟื้นฟู สภาพสังคมมีเป็นปึกแผ่น แต่หมู่บ้านในตำบลมีความเป็นเครือญาติ คนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามทำให้กิจกรรมทางศาสนาเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมอื่น ๆ ได้ง่าย ชาวบ้านมีความเชี่ยวชาญใน

การทำประมงชายฝั่ง ในบางหมู่บ้านเริ่มมีการจัดตั้งกลุ่ม โดยมีแกนนำที่ความรู้ ความสามารถในการจัดทำกิจกรรมเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรประมง **จุดอ่อน** ในพื้นที่ตำบลเกาะสาหร่ายยังไม่มีต้นแบบการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนค่อนข้างน้อย คนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจและไม่ได้ความสำคัญแนวคิดการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งโดยชุมชน ทั้งในเรื่องการอนุรักษ์และการฟื้นฟูทรัพยากร และหลายคนยังมีการลักลอบใช้เครื่องมือการทำประมงผิดกฎหมาย **โอกาส** ปัจจุบันมีหน่วยงานภายนอกได้แก่ สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสตูล และสำนักงานประมงจังหวัดสตูล ที่จะเข้าส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมด้านอนุรักษ์ทรัพยากรประมง สัตว์น้ำลดลงเป็นโอกาสที่สำคัญของคนทั้งเกาะสาหร่าย ต้องรวมพลังกันคิดและหาแก้ปัญหานี้ร่วมกัน **ภาวะคุมคาม** สภาพภูมิอากาศเป็นอุปสรรคทำให้ไม่สามารถประกอบอาชีพได้อย่างต่อเนื่อง ต้องขึ้นกับสภาพมรสุม พายุ คลื่นลม ต้นทุนการทำประมงที่สูง การทำประมงพาณิชย์ในเขตหวงห้ามและ ตลาดสินค้าสัตว์น้ำอยู่ไกลจากแหล่งผลิต อาจเนื่องมาจากโครงสร้างพื้นฐานของตำบลเกาะสาหร่ายหลายเรื่องไม่ว่าจะเป็น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ยังไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

3) แนวทางในการส่งเสริมความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ด้านการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง ของชุมชนประมงพื้นบ้านใน ต.เกาะสาหร่าย อ.เมือง จ.สตูล

แนวทางในการส่งเสริมความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ควรส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอาชีพประมงชายฝั่ง ควรส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการประกอบอาชีพ ควรส่งเสริมและสนับสนุนความรู้และเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาอาชีพ และควรให้องค์ความรู้ในเรื่องการฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล

การจัดตั้งคณะทำงานร่วม ซึ่งประกอบด้วยแกนนำชุมชนจำนวน 30 คนจากทั้งหมด 6 หมู่บ้าน เพื่อพลังเครือข่ายการจัดการทรัพยากรประมงร่วมกัน โดยมีสำนักงานประมงจังหวัดสตูล สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสตูล ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรประมงชายฝั่ง เป็นที่ปรึกษา โดยประยุกต์ใช้ผลการวิจัยที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ในเรื่องการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งแบบพึ่งพาตนเองเป็นดังนี้



องค์ความรู้ใหม่ในเรื่องการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งแบบพึ่งพาตนเอง

กล่าวคือการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งแบบพึ่งพาตนเองมุ่งเน้นที่การเรียนรู้ของชุมชน โดยมีปัจจัยนำเข้าเป็นข้อมูลเกี่ยวสภาพปัจจุบันของทรัพยากรประมง คนที่อยู่หรือสภาพของชุมชน และผู้เกี่ยวข้อง ส่วนกระบวนการแบ่งเป็น 3 เรื่องได้แก่ การแบ่งบันอำนาจและความรับผิดชอบจากหน่วยงานของรัฐที่ให้กับชุมชน โดยมีผ่านกระบวนการเรียนรู้และการสื่อสาร เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ ที่เป็นพันธมิตรที่เข้มแข็งระหว่างหมู่บ้านและหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาช่วยเหลือ ทำให้ได้เครือข่ายการเรียนรู้ และพยายามสร้างเวทีประชาคมของชาวบ้านเองในแต่ชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และหากระดับการเรียนรู้ของชุมชนในการจัดการทรัพยากรประมงด้วยตัวเองมีเพิ่มมากขึ้นก็ส่งผลกระทบในทางที่ดีก่อให้เกิดความยั่งยืนของทรัพยากร ทำให้สามารพึ่งพาตนเอง การปรับตัวของหน่วยงานรัฐ ที่ลดบทบาทการปราบปราม มาเน้นเรื่องให้ความรู้และให้งบประมาณสนับสนุนทดแทน

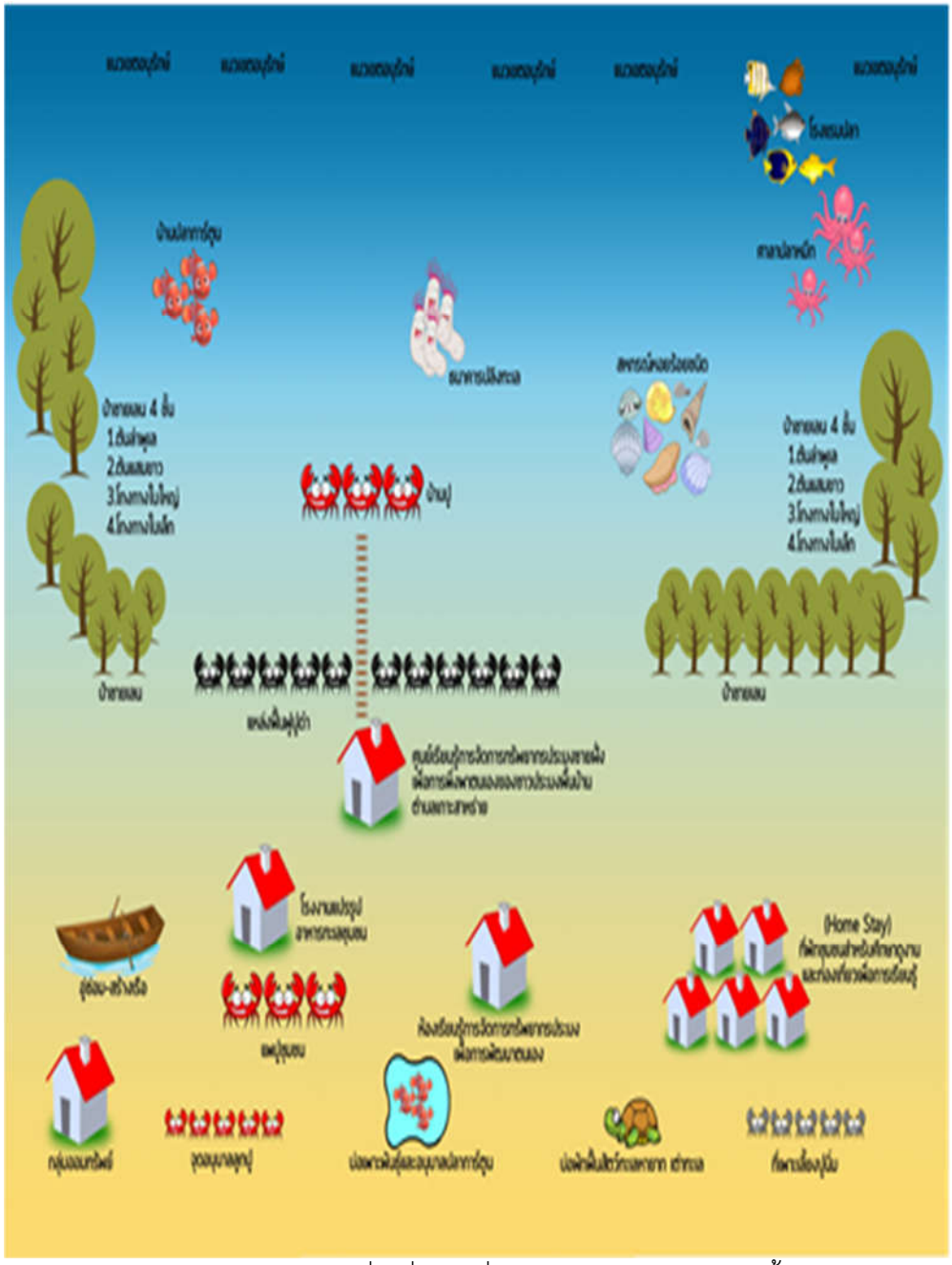
ต่อมาได้นำคณะทำงานที่เป็นแกนนำชุมชนจำนวน 30 คนจากทั้งหมด 6 หมู่บ้าน เดินทางไปศึกษาดูงานเรื่องการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งโดยชุมชน ณ บ้านบากันเคย อ.เมือง จ.สตูล เพื่อถอดบทเรียนการจัดการทรัพยากรประมงโดยคนในชุมชน

4) เพื่อพัฒนารูปแบบในการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง โดยเน้นความสามารถในการพึ่งพาตนเองของประมงพื้นบ้านใน ต.เกาะสาหร่าย อ.เมือง จ.สตูล

พัฒนารูปแบบในการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง โดยเน้นความสามารถในการพึ่งพาตนเองของประมงพื้นบ้านใน ต.เกาะสาหร่าย อ.เมือง จ.สตูล

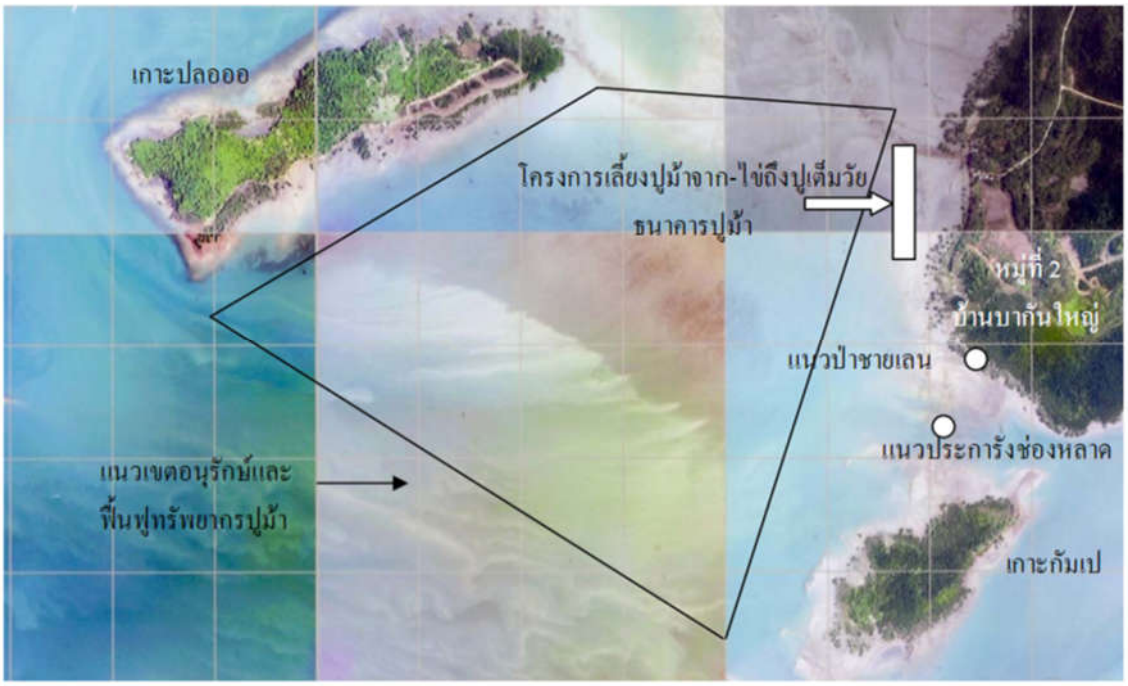
มติที่จากที่ประชุมแกนทั้ง 6 หมู่บ้าน ได้ร่วมกับคณะผู้วิจัยและได้จัดตั้งกลุ่มชาวบ้านเพื่อการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่ง ในหมู่ที่ 2 บ้านบากันใหญ่ เพื่อทดลองยกระดับจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งแบบพึ่งพาตนเองแล้วค่อยเพิ่มเครือข่ายในหมู่บ้านอื่นๆ เพื่อขยายผลการทำงานต่อไป โดยมีหน่วยงานภาครัฐ แกนนำชุมชนและชาวบ้าน ได้ร่วมกิจกรรมกับชาวบ้านหมู่ที่ 2 บ้านบากันใหญ่ และคณะผู้วิจัยได้ประสานขอความร่วมมือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานประมงจังหวัดสตูล สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสตูล ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรประมงชายฝั่ง และหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อของบประมาณสนับสนุนให้กับชุมชนและขอความอนุเคราะห์ให้จัดส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมกิจกรรมและร่วมประชุมกับชุมชนประมงต้นแบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมคิดร่วมกันแก้ไขปัญหา ร่วมกันพัฒนา และเป็นที่ปรึกษาให้กับชุมชน

ในเวทีประชุมระดมความคิดเห็นเรื่องรูปแบบการจัดการทรัพยาการประมงชายฝั่งเพื่อการพึ่งพาตนเองสรุปเป็นต้นแบบดังภาพ



ต้นแบบการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งเพื่อการพึ่งพาตนเองของชาวประมงพื้นบ้าน ต.เกาะสาหร่าย

จากการที่คณะผู้วิจัยประชุมความคิดเห็น และได้ลงมือพัฒนาต้นแบบการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งเพื่อการพึ่งพาตนเองของชาวประมงพื้นบ้าน มีรายละเอียดดังนี้



พื้นที่ต้นแบบการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งเพื่อการพึ่งพาตนเอง

มีการจัดทำแนวเขตอนุรักษ์ทรัพยากรประมง ปลูกป่าชายเลน 4 ชั้น ประโยชน์และความสำคัญของป่าชายเลน ด้านการประมง ป่าชายเลนเป็นที่อยู่อาศัยและเป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำวัยอ่อน โรงแรมปลา ศาลาปลาหมึกเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์เพื่อเพิ่มผลผลิตทรัพยากรทางทะเล โดยการสร้างที่อยู่อาศัยของปลา ปลาหมึก เพื่อให้เป็นหลบภัย และที่วางไข่ เป็นการช่วยเพิ่มพูน สัตว์น้ำ ธนาคารปู โดยการสร้างกระชังรับฝากแม่ปูที่มีไข่นอกกระดอง รอให้แม่ปูก็จะปล่อยไข่ ไข่ของปูม้าจะฟักตัวเป็นลูกปู จากนั้นก็นำลูกปูที่ได้ปล่อยออกสู่ท้องทะเลต่อไป สหกรณ์หอยร้อยชนิด เนื่องมาจากหอยหลากชนิดที่ชาวบ้านจับได้ซึ่งบางครั้งจะมีตัวเล็กๆ ติดมาด้วย นำไปปล่อยเลี้ยงในสหกรณ์ร้อยชนิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เป็นที่ขยายพันธุ์ของหอยชนิดต่าง ๆ หลังจากนั้นพอลูกหอยโตเต็มที่จึงเก็บมาจำหน่ายเป็นรายได้ต่อไป และส่วนหนึ่งเป็นการอนุรักษ์สายพันธุ์หอยเฉพาะถิ่น ให้คงอยู่ไม่สูญหายต่อไป การเลี้ยงปูม้านิ่มสำหรับปูม้าที่จะนำมาเลี้ยง ได้มาจากการจับมาจากทะเล เลือกเอาตัวที่เหมาะสมที่นำไปเลี้ยงเป็นปูม้านิ่ม เพื่อเพิ่มมูลค่าต่อไป สถานีซ่อมเรือและอุปกรณ์ประมง ในพื้นที่ ตำบลเกาะสาหร่ายประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงชายฝั่งขนาดเล็ก เครื่องมือในการทำมากินหลักคือเรือประมงขนาดเล็ก และเครื่องมือประมงชนิดต่างๆ จึงเกิดการรวมกลุ่มเพื่อซ่อมแซมตัวเรือ เครื่องยนต์เรือ และอุปกรณ์ประมง ให้คนที่ความสามารถด้านต่าง ๆ ได้ร่วมมือกันทำงาน พึ่งพาช่วยเหลือกัน ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านบากันใหญ่ โดยมีพันธกิจเพื่อพัฒนาความคิด พัฒนาคน เพื่อความยั่งยืนของชุมชน มีเป้าหมายเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ดังนั้นการที่จะเป้าหมายเป็นจริงได้จะต้องประกอบด้วย สิ่งเหล่านี้ 1) การสำนึกท้องถิ่น จิตวิญญาณ ระบบคุณค่า ความภูมิใจที่มีต่อถิ่นฐานบ้านเกิด 2) การยึดหลักระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียง ในด้านการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การจัดการทรัพยากรทรัพยากรประมงชายฝั่ง การจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ ชุมชนกับชุมชนอื่นๆ 3) การเชื่อมร้อยของทรัพยากร

บุคคลในชุมชน เป็นบทบาทของผู้นำที่ต้องสร้างความเชื่อมโยงกับชุมชนและนำชุมชนเชื่อมโยงกับสังคมภายนอกให้ได้ 4) การอนุรักษ์ การฟื้นฟูทุนทางทรัพยากรประมงชายฝั่งของชุมชน เพื่อก่อเกิดการตื่นตัวมากกว่าในอดีตในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ให้เกิดความยั่งยืนเพื่อลูกหลาน 5) การจัดการกองทุนสาธารณะของชุมชน เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กองทุนสวัสดิการซึ่งเป็นการจัดการทุนทางเศรษฐกิจที่เป็นปัจจัยการผลิตและปัจจัยการดำรงชีวิต



การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เน้นหนักไปที่การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์ ชุมชนบ้านบากันใหญ่ ได้จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้มีที่พักชุมชนเพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน คณะผู้วิจัยเสนอให้ปรับกลยุทธ์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในชุมชน พบการท่องเที่ยวแนวใหม่คือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ คาดว่าจะสร้างประโยชน์ให้ทั้งชุมชนและกลุ่มเยาวชนที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยกลุ่มเยาวชนจะได้มีโอกาสเรียนรู้ถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างไปในแต่ละพื้นที่ และที่นอกเหนือไปกว่านั้น คือพวกเขาจะได้เรียนรู้ว่าความรู้ของตนเองสามารถช่วยชุมชนได้ ส่วนชมชุนเองก็เกิดความภูมิใจที่สามารถถ่ายทอดความรู้ของท้องถิ่น ที่สำคัญได้ผู้ช่วยงานในเรื่องการทำกิจกรรมอนุรักษ์ ทำให้เหนื่อยน้อยลงแต่สร้างความภูมิใจได้มากขึ้นทั้งผู้ให้และผู้รับ ดังนั้นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในการวิจัยครั้งนี้ ได้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และเพื่อบำเบ็ญประโยชน์ จะช่วยให้ทรัพยากรธรรมชาติฟื้นฟูเร็วขึ้น

ธนาคารปลิง แนวคิดที่มาของธนาคารปลิง เนื่องมาจากปลิงทะเลเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีมูลค่าทางตลาดสูง จึงส่งผลให้ชาวบ้านใช้ทรัพยากรปลิงทะเลกันอย่างฟุ่มเฟือย โดยไม่ได้คำนึงถึงอนาคต ทำให้ปลิงบางสายพันธุ์ต้องสูญหายไปจากทะเลหน้าบ้าน จึงทำให้ชาวบ้านรวมตัวสร้างเป็นธนาคารปลิงเพื่อเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรปลิงทะเลขึ้นมา โรงงานแปรรูปทรัพยากรสัตว์น้ำ ในพื้นที่ตำบลเกาะสาหร่ายมี การทำประมงตามทรัพยากรสัตว์น้ำหลายชนิด แต่โดยส่วนใหญ่จับสัตว์น้ำมาได้แล้วจะนำไปขายทันที ควรพิจารณานำเอาสัตว์น้ำบางประเภทนำมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าได้และเพื่อจำหน่ายได้ในราคาขายที่สูงกว่าการนำไปขายทันทีที่จับได้และสุดท้ายได้พัฒนาระบบ แพชุมชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก คือ หนึ่ง ลดการเอารัดเอาเปรียบของพ่อค้าคนกลาง สอง สร้างจิตสำนึกให้แก่สมาชิกในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทะเล และสาม เป็นเวทีแลกเปลี่ยนปัญหาและร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อเรียนรู้ร่วมกัน ในการจัดการทรัพยากรประมง

จุดเด่นเรื่องการมีส่วนร่วมของคณะผู้วิจัย แกนนำชุมชน และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการใช้ข้อมูล ที่ผลิตออกจากผลวิจัยที่ได้ระหว่างทางในการทำวิจัย นำผลวิจัยมาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และนอกจากนี้ได้ใช้ข้อมูลทางวิชาการจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจของชุมชนมาประกอบกันอย่างเป็นระบบเพื่อนำมาสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับคนในแต่หมู่บ้านและใช้หลักการนี้ได้สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกับคนในหมู่บ้านอื่น ๆ จึงทำให้เกิดความร่วมมือและความเข้าใจในการขับเคลื่อนงานของโครงการวิจัยในครั้งนี้

จากศึกษาดูงานชุมชนบากันใหญ่มีการมีใช้ประโยชน์ทันที่ในระหว่างการทำวิจัย และได้ลงมือพัฒนาต้นแบบการจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งเพื่อการพึ่งพาตนเองของชาวประมงพื้นบ้าน ต.เกาะสาหร่าย โดยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ สามารถสรุปผลการดำเนินงานเป็นคุณค่าของผลงานวิจัยได้ดังนี้ มีการจัดทำแนวเขตอนุรักษ์ทรัพยากรประมง ปลูกป่าชายเลน 4 ชั้น ได้บอกเล่าประโยชน์และความสำคัญของป่าชายเลน ให้กับชาวบ้านได้ว่าทราบถึงประโยชน์ของป่าชายเลนในเรื่องที่ป่าเป็นอยู่อาศัยและเป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำวัยอ่อน มีการจัดทำโรงแรมปลา ศาลาหมึกเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์เพื่อเพิ่มผลผลิตทรัพยากรทางทะเล โดยการสร้างที่อยู่อาศัยของปลาและหมึก เพื่อให้เป็นหลบภัย และที่วางไข่ เป็นการช่วยเพิ่มพูน สัตว์น้ำ พร้อมกันนั้นได้จัดสร้างธนาคารปู โดยการสร้างกระชังรับฝากแม่ปูที่มีไข่นอกกระดอง รอให้แม่ปูก็จะปล่อยไข่ ไข่ของปูม้าจะฟักตัวเป็นลูกปู จากนั้นก็นำลูกปูที่ได้ปล่อยออกสู่ท้องทะเลต่อไป และได้สร้างสหกรณ์หอยร้อยชนิด เนื่องมาจากหอยหลากชนิดที่ชาวบ้านจับได้ซึ่งบางครั้งจะมีตัวเล็กๆ ติดมาด้วย นำไปปล่อยเลี้ยงในสหกรณ์ร้อยชนิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เป็นที่ขยายพันธุ์ของหอยชนิดต่าง ๆ หลังจากนั้นพอลูกหอยโตเต็มที่จึงเก็บมาจำหน่ายเป็นรายได้ต่อไป และส่วนหนึ่งเป็นการอนุรักษ์สายพันธุ์หอยเฉพาะถิ่น ให้คงอยู่ไม่สูญหายต่อไป ส่วนกิจกรรมเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้แก่การเลี้ยงปูม้านิ่ม โดยเลือกปูตัวที่เหมาะสมที่นำไปเลี้ยงเป็นปูม้านิ่ม เพื่อเพิ่มมูลค่าต่อไป ได้สร้างสถานีซ่อมเรือและอุปกรณ์ประมง ในพื้นที่ เกิดการรวมกลุ่มเพื่อซ่อมแซมตัวเรือ เครื่องยนต์เรือ และอุปกรณ์ประมง ให้คนที่ความสามารถด้านต่าง ๆ ได้ร่วมมือกันทำงาน พึ่งพาช่วยเหลือกัน ที่ประเด็นสำคัญได้สร้างศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านบากันใหญ่ โดยมีพันธกิจเพื่อพัฒนาความคิด พัฒนาคน เพื่อความยั่งยืนของชุมชน มีเป้าหมายเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเอง เพื่อแก้ปัญหาทรัพยากรประมงชายฝั่ง โดยมีการบูรณาการกับกิจกรรมการท่องเที่ยว งานวิจัยได้เสนอนวัตกรรมการแก้ปัญหาเรื่องทรัพยากรประมงชายฝั่งที่ลดลง เพราะว่าการจัดการมีประมงไม่ได้องค์ความเรื่องประมงเพียงอย่างเดียว ผู้วิจัยนำเอาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเน้นไปที่ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์

โดยชุมชนบ้านบากันใหญ่ ได้จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีที่พักชุมชนเพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน คณะผู้วิจัยเสนอให้ปรับกลยุทธ์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือกมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในชุมชน พบกับการท่องเที่ยวแนวใหม่คือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ คาดว่าจะสร้างประโยชน์ให้ทั้งชุมชนและกลุ่มเยาวชนที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยกลุ่มเยาวชนจะได้มีโอกาสเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของชาวประมง โดยคาดว่าการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และเพื่อบำเบ็ญประโยชน์ ชาวบ้านในพื้นที่นำนักท่องเที่ยวมาร่วมลงมือทำกิจกรรมการอนุรักษ์ซึ่งบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว เหตุการณ์นี้จะช่วยให้ทรัพยากรประมงชายฝั่งฟื้นฟูเร็วขึ้น มีความยั่งยืนและคนที่อยู่ในชุมชนเองก็รู้สึกหัวใจพองโตที่เห็นคนต่างถิ่นเข้าช่วยฟื้นฟูทรัพยากรให้กับชุมชน ทำให้คนที่เคยทำประมงชายฝั่งโดยใช้เครื่องมือผิดประเภท เกิดความสำนึกถึงความสำคัญทรัพยากรประมง ไม่ว่า กุ้ง หอย ปู ปลา ว่าเราอยู่ในพื้นที่แต่ที่ผ่านมามองข้ามเรื่องเหล่านี้ไป ต่อไปคงได้ร่วมมือ ร่วมแรงเพื่อให้ทรัพยากรเหล่านี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ผลการวิจัยข้อหนึ่งพบว่า การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์ คณะผู้วิจัยเสนอให้ปรับกลยุทธ์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในชุมชน พบกับการท่องเที่ยวแนวใหม่คือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการ

ท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ คาดว่าจะสร้างประโยชน์ให้ทั้งชุมชนและกลุ่มเยาวชนที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยกลุ่มเยาวชนจะได้มีโอกาสเรียนรู้ถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างไปในแต่ละพื้นที่ และที่นอกเหนือไปกว่านั้น คือพวกเขาจะได้เรียนรู้ว่าความรู้ของตนเองสามารถช่วยชุมชนได้ ส่วนชมชุนเองก็เกิดความภูมิใจที่สามารถถ่ายทอดความรู้ของท้องถิ่น ที่สำคัญได้ผู้ช่วยงานในเรื่องการทำกิจกรรมอนุรักษ์ ทำให้เหนื่อยน้อยลงแต่สร้างความภูมิใจได้มากขึ้นทั้งผู้ให้และผู้รับ การท่องเที่ยวรูปแบบนี้เน้นไปที่วัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้และเพื่อบำเบ็ญประโยชน์ จะช่วยให้ทรัพยากรธรรมชาติฟื้นฟูเร็วขึ้น

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวชุมชนนั้นสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ติดอาวุธทางปัญญาให้ชุมชนผ่านการเรียนรู้อย่างเป็นระบบกระบวนการพัฒนาควรดำเนินอย่างค่อยเป็นค่อยไปจากกระแสของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแผนแม่บทของโลก การท่องเที่ยวชุมชนจึงเป็นกระบวนการสร้างทางเลือกในการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวที่คนในชุมชนร่วมกำหนดทิศทาง ประเด็นที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนคือการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นเรื่องที่เหมาะสมสำหรับบริบทการท่องเที่ยวชุมชน และปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชนต้องประกอบกับคนในชุมชน ควรให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีฐานคิดที่ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวเนื่องจากใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นต้นทุนจากชุมชน ดังนั้นควรพัฒนาศักยภาพ “คน” ในชุมชนให้ดำเนินงานได้ ทั้งความรู้ ความเข้าใจและความสามารถ เพื่อดำเนินการในกระบวนการอันเกิดประโยชน์แก่ชุมชนคือการวางแผนวิเคราะห์และสรุปบทเรียนความสำเร็จหรือล้มเหลวในชุมชน ทั้งนี้สามารถต่อยอดสู่คนรุ่นหลังจึงควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรในชุมชน โดยพัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ชุมชนควรมีเป้าหมายในการจัดการที่สอดคล้องไปในทางเดียวกัน นอกจากนี้แกนนำของชุมชนมีความสำคัญที่จะนำชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมและเรียนรู้สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน



คณะศึกษาดูงานบ้านบากันใหญ่จังหวัดสตูล



กิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยเกาะสาหร่าย



การแลกเปลี่ยนความรู้จากงานวิจัยเกาะสาหร่าย



การแลกเปลี่ยนความรู้การอนุรักษ์ปูไข่ร่วมกับ ปตท.



การแลกเปลี่ยนด้านการอนุรักษ์

ภาคผนวก จ
กิจกรรมสร้างเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

การส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาเฉพาะกลุ่ม

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งเสริมการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับประเทศ ในการจัดแสดงสินค้าและโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในงานเมืองลุงเท่ "ประชุมเท่ กินเท่ ปั่นเท่" มีรายละเอียดดังนี้

หลักการและเหตุผล

จังหวัดพัทลุง จัดว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยววิถีชุมชนแหล่งใหม่ของประเทศ ที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว เป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังเป็นแหล่งอาหารเกษตรที่สำคัญของภาคใต้ สามารถบริโภคทั้งภายในประเทศ และยังส่งออกไปยังหลาย ๆ ภูมิภาคของโลก สามารถสร้างรายได้หลักให้จังหวัดพัทลุง โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ จังหวัดพัทลุงได้รับเลือกภายใต้ โครงการ ๑๒ เมืองต้องห้ามพลาด (พลัส)ด้วย และเนื่องจากในปีที่ผ่านมา จังหวัดพัทลุงมีนักท่องเที่ยว ๑.๔ ล้านคน เติบโตมากขึ้นกว่า ๑๑ เปอร์เซ็นต์ มีรายได้ท่องเที่ยวราว ๔๘๐ ล้านบาท ซึ่งถือว่ายังมีสัดส่วนน้อยอยู่ เช่นเดียวกับเศรษฐกิจระดับจังหวัด ที่ประชากรมีรายได้เป็นอันดับ ๖๐ ของประเทศ ด้วยเหตุนี้หอการค้าจังหวัดพัทลุง จึงได้จัดทำโครงการมหกรรม “เมืองลุงเท่” พร้อมกิจกรรม “ประชุมเท่” “ปั่นเท่” “กินเท่” ขึ้น ซึ่งจะเป็นอีกแนวทางหนึ่ง ที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจ และนักท่องเที่ยวต่างถิ่นเข้ามาในพัทลุงมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้หอการค้าจังหวัดพัทลุง จึงได้จัดทำโครงการมหกรรม “เมืองลุงเท่” พร้อมกิจกรรม “ประชุมเท่” “ปั่นเท่” “กินเท่” ขึ้น ซึ่งจะเป็นอีกแนวทางหนึ่ง ที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจ และนักท่องเที่ยวต่างถิ่นเข้ามาในพื้นที่จำนวนมาก และคาดว่าจะมีส่วนช่วยสร้างการรับรู้ และทำให้จังหวัดพัทลุง เป็นที่สนใจ เป็นผู้นำในด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชน และเป็นผู้นำอาหารของประเทศไทย และในภูมิภาคนี้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- ☐ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดพัทลุง
- ☐ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและการท่องเที่ยววิถีชุมชนของจังหวัดพัทลุง
- ☐ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและเยาวชนในจังหวัดพัทลุง
- ☐ เพื่อสร้างบรรยากาศในด้านการค้าของผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้มีโอกาสขยายตลาด
- ☐ เพื่อแนะนำร้านอาหารที่อร่อย มีคุณภาพในจังหวัดพัทลุงให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว “ของดีเมืองลุง”
- ☐ เพื่อรณรงค์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความปลอดภัยในอาหารและการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
- ☐ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และเปลี่ยน ทัศนคติทางการค้า ข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์ และเพิ่มศักยภาพด้านอาหารและการท่องเที่ยว

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. จังหวัดพัทลุง
2. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง
3. หอการค้าจังหวัดพัทลุง
4. กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่จังหวัดพัทลุง

รายละเอียดการจัดกิจกรรม

ที่	กิจกรรรม	ระยะเวลา
1	**กิจกรรมประชุมเท่** ณ โรงแรมศิวารอยัล อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง จัดขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดพัทลุงในมุมมองใหม่ ผ่านผู้เข้าร่วมประชุมที่ได้รับเชิญจากสมาชิกหอการค้าและกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (YEC) จากทั่วประเทศไทย โดยมีวิทยากรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในด้านต่าง ๆ เข้าร่วมบรรยาย	ในวันที่ 31 พฤษภาคม 2562 เวลา 13.00 – 17.30 น.
2	**กิจกรรมกินเท่** จัดขึ้นเป็นมหกรรมงานแสดงสินค้า OTOP และอาหารของดีเมืองลุง บูธหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนการแสดงแสง สี เสียง	ในระหว่างวันที่ 31 พฤษภาคม – 9 มิถุนายน 2562 ณ ลานริมบึง ถนนมโนราห์ (บายพาส)
3	**กิจกรรมปั่นเท่** จัดขึ้นเพื่อการประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวผ่านการปั่นจักรยานจากนักปั่นจักรยานอาชีพและนักปั่นจักรยานสมัครเล่น	ในวันที่ 9 มิถุนายน 2562









มหกรรมงานแสดงสินค้า OTOP และอาหารของดีเมืองลุง







มหกรรมงานแสดงสินค้า OTOP และอาหารของดีเมืองลุง







มหกรรมงานแสดงสินค้า OTOP และอาหารของดีเมืองลุง







มหกรรมงานแสดงสินค้า OTOP และอาหารของดีเมืองลุง

ทีมท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก เข้าร่วมงาน Road show ของดี...ที่นี่พัทลุง “อัยย๊ะ พัทลุง” จังหวัดพัทลุงร่วมกับท่องเที่ยว CBT วิถีชุมชน คนเมืองลุง พบกับการจัดแสดงสินค้า OTOP และอัตลักษณ์ของชุมชน 11 อำเภอ จังหวัดพัทลุง การแสดงนิทรรศการ และกิจกรรมต่าง ๆ มากมายภายในงาน ระหว่างวันที่ 3-7 กรกฎาคม 2562 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครศรีธรรมราช. ได้รับความสนใจมากมาย ต่างเข้ามาสอบถาม เที่ยวเกาะหมาก...โก้มาก Koh Mak Ecotourism (ชวนเที่ยวเกาะหมากเชิงอนุรักษ์วิถีชุมชน วิถีวัฒนธรรม และธรรมชาติ)

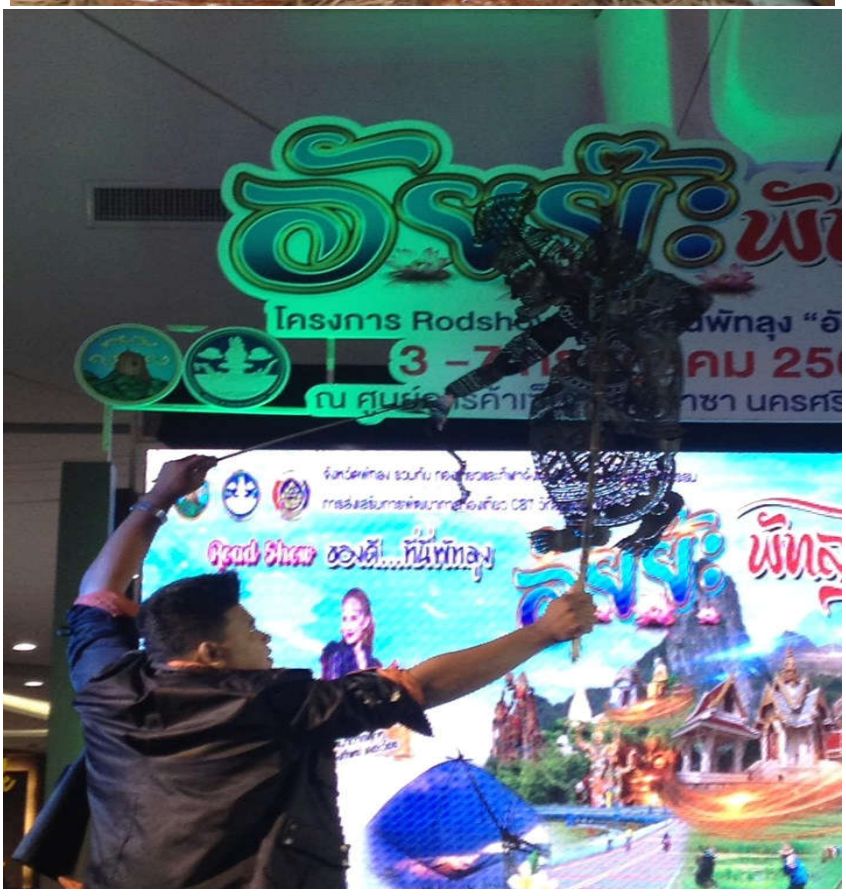






ร่วมงาน Road show ของดี...ที่นี่พัทลุง “อัยย๊ะ พัทลุง”





ร่วมงาน Road show ของดี...ที่นี่พัทลุง “อัยย๊ะ พัทลุง”

ภาคผนวก ฉ
ชุมชนและเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

กลุ่มการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

1.กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.กลุ่มประมงอนุรักษ์แพปลาบ้านช่องฟืน	ศึกษาดูงานด้านการอนุรักษ์ ทรัพยากรสัตว์น้ำและระบบประมงอินทรีย์	หมู่ที่ 2 บ้านช่องฟืน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางสาวจิตนันท์ ชูศรี
2.กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านเกาะเสือ	ศึกษาดูงานด้านการจัดการโรงเรียน นำเที่ยวทะเลสาบ เกาะสี่ เกาะห้า บริการด้านที่พัก จัดเลี้ยงอาหารฮาลาล	หมู่ที่ 8 บ้านเกาะเสือ ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายอาดัม โหดหีม
3.กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก	ปั่นจักรยานท่องเที่ยวชุมชน เที่ยวเกาะสี่ เกาะห้า ที่พักพร้อมอาหาร	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายคิมหันต์ สุวรรณเรืองศรี
4.กลุ่มกรวด หิน รักษ์ดิน เล	นำเที่ยวชุมชนโดยหนำติดล้อ นำเที่ยวเกาะสี่ เกาะห้า ที่พักพร้อมอาหาร จัดประชุมสัมนา	หมู่ที่ 10 บ้านหัวหิน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายประสาร อมราพิทักษ์
5.ศูนย์เรียนรู้วิถีพอเพียงตำบลเกาะหมาก กลุ่มรักษ์ถิ่นเกิดบ้านเขาชัน	ศูนย์เรียนรู้วิถีพอเพียงท่องเที่ยวชุมชน นวัตวิถี OTOP ไข่ในหิน ที่พักโฮมสเตย์	หมู่ที่ 7 บ้านเขาชัน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางปราณี ทองคำ

2.กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจ

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.เขาชัน รีสอร์ท	นำเที่ยวเกาะสี่ เกาะห้า ที่พักพร้อมอาหาร จัดประชุมสัมนา	หมู่ที่ 7 บ้านเขาชัน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายเกชา โสภาวะนัส
2. ช่องฟืน รีสอร์ท	นำเที่ยวเกาะสี่ เกาะห้า ที่พักพร้อมอาหาร จัดประชุมสัมนา	หมู่ที่ 2 บ้านช่องฟืน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายประดิษฐ์ จาริยะ
3.เกาะโคบ โฮมสเตย์	บริการที่พักพร้อมอาหาร	หมู่ที่ 4 บ้านเกาะโคบ ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายผิน แสงแก้ว
4. ต้นอ้อย รีสอร์ท	บริการที่พักพร้อมอาหาร จัดประชุมสัมนา	หมู่ที่ 8 บ้านเกาะเสือ ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายมะหมัด เบ็ญโซะ
5.เกาะเสือ school stay	บริการที่พักพร้อมอาหาร จัดประชุมสัมนา	หมู่ที่ 8 บ้านเกาะเสือ ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายอาดัม โหดหีม
6.ชาโต เดอ หัวหิน	บริการที่พักพร้อมอาหารเช้า ห้องประชุมสัมนา	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายประสาร อมราพิทักษ์
7.พฤทธิ์ ทราเวล	บริการเรือนำเที่ยวทะเลสาบ	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายคิมหันต์ สุวรรณเรืองศรี
8.ช่องฟืน ล่องแพ	บริการแพนำเที่ยว พร้อมอาหารจัดเลี้ยง	หมู่ที่ 2 บ้านช่องฟืน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายศราวุธ ชูชื่น
9.นายอนันต์ รอดรวยรื่น	บริการเรือนำเที่ยว	หมู่ที่ 2 บ้านช่องฟืน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายอนันต์ รอดรวยรื่น

3. กลุ่มพัฒนาที่พัก/โฮมสเตย์โดยชาวบ้าน

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.กรวดหิน โฮมสเตย์	ที่พักพร้อมอาหารชุมชน	หมู่ที่ 10 บ้านหัวหิน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางสาวสมจิตต์ อินทรศิริ
2. บ้านพักตาวรรณ	ที่พักพร้อมอาหารชุมชน	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายวรรณ เรืองศรี
3.บ้านริมเขา	ที่พักพร้อมอาหารเช้า ฐานเรียนรู้เชิงเกษตรพอเพียง	หมู่ที่ 4 บ้านเกาะโคบ ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายเฉลียว บัวผิน
4. บ้านพักโฮมสเตย์ช่องฟืน	บริการที่พักพร้อมอาหาร นั่งเรือชมวิถีชุมชน	หมู่ที่ 2 บ้านช่องฟืน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางสาวสุภาภรณ์ พรรณราย
5.ผู้ใหญ่พล ฟาร์มแอนด์ โฮมสเตย์	บริการที่พักพร้อมอาหาร กิจกรรมตกปลาในบ่อเลี้ยง	หมู่ที่ 10 บ้านหัวหิน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายอำพล หนูคำสวน

4. กลุ่มสร้างฐานการเรียนรู้/ผู้ผลิตสินค้า OTOP/พัฒนาร้านอาหารเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.ฐานเรียนรู้ไซมงคล	ทำกิจกรรมไซมงคล	หมู่ที่ 4 บ้านเกาะโคบ ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายจรง แสงทอง
2. ฐานเรียนรู้การเย็บจากใบตาลโตนด	ทำกิจกรรมการเย็บจากใบโตนด	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายเอิบ อมราพิทักษ์
3.ฐานกิจกรรมประติมากรรมหินทราย	ทำกิจกรรมศิลปะ จากกรวดทรายล้าง	หมู่ที่ 9 บ้านบ่อน้ำหมาก ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายพิชัย จันทร์สว่าง
4. สวนสมุนไพร	ชมพืชสวนสมุนไพรพื้นถิ่น	หมู่ที่ 10 บ้านหัวหิน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางสาวจงกลณี
5. สวนดินดำ	ชมสวนเกษตร	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายกิตติ ล่วงห้อย

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
6.กลุ่มคนรักษ์น้ำพริก	ผลิตภัณฑ์น้ำพริกต่าง ๆ สินค้า OTOP	หมู่ที่ 6 บ้านเกาะหมาก ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางเจ๊ะสะ รักดินแดน
7.กลุ่มแหลมกรวดรักษ์สุขภาพ	กิจกรรมออกกำลังกาย ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สวนพันธุ์ไม้แคระ	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายวีรวัฒน์ อมราพิทักษ์
8.กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวนวัตวิถึ	ผลิตภัณฑ์ OTOP	หมู่ที่ 2 บ้านช่องฟืน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางสาวสุภาภรณ์ พรรณราย
9.วิสาหกิจชุมชนร้านคนจับปลาทะเลสาบจ.พัทลุง	ศึกษาดูงานเกี่ยวกับการแปรรูปสัตว์น้ำ เช่น กุ้งแห้ง ปลาแห้ง มันกุ้ง	หมู่ที่ 2 บ้านช่องฟืน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางสาวสุภาภรณ์ พรรณราย

5.กลุ่มกิจกรรมชุมชน/วัฒนธรรมชุมชน เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.กลุ่มแอโรบิค บ้านแหลมกรวด	ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายวีรวัฒน์ อมราพิทักษ์
2. กลุ่มลานธรรมวิถีไทย	กิจกรรมเชิงศิลปะ จิตอาสา	หมู่ที่ 3 บ้านแหลมกรวด ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายธีรพงษ์ อินทรศิริ
3.ชมรมผู้สูงอายุ	กิจกรรมนันทนาการเพื่อสุขภาพใจ	หมู่ที่ 10 บ้านหัวหิน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นางบุญเรือน วงษ์โรจนกุล
4. ชมรมดนตรีผู้สูงอายุ	บรรเลงดนตรีเครื่องสาย	หมู่ที่ 10 บ้านหัวหิน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายฟอง อมราพิทักษ์
5.โนราคณะสองพี่น้อง	การแสดงโนราเยาวชน	หมู่ที่ 10 บ้านหัวหิน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายเนย สอนสังข์
6.กลองยาวคณะดอกรัก	ดนตรีขบวนแห่ในงานต่าง ๆ	หมู่ที่ 10 บ้านหัวหิน ต.เกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง	นายฟอง อมราพิทักษ์

กลุ่มท่องเที่ยวที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในตำบลพนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

1.กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
ท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านทะเลน้อย	-การสาธิตการแปรรูปผลิตภัณฑ์พืชกระจูด การทิ่มกระจูด การกลิ้งกระจูด การรีดกระจูด การสานกระจูด การแปรรูปกระจูด -โนราโรงครู -การร้อยลูกปัดมโนราห์ ทำชุดมโนราห์ -การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ -ชมอาคารบ้านเรือนรูปแบบสถาปัตยกรรมเก่า -การทำอาหารคาวหวานพื้นบ้าน -วิถีคนเลี้ยงควาย -วิถีประมงพื้นบ้าน -ล่องเรือ แลนก ชมบัว ทะเลน้อย -ชมดอกสาหร่ายข้าวเหนียว -ยกยอยักษ์ ปลาบึก -ชมแสงแรกที่ปากประ -ชมวิวสะพานเฉลิมพระเกียรติ -อุโบสถเก่าวัดทะเลน้อย -ไหว้พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ และพระเกจิอาจารย์สายเขาอ้อ -การต่อเรือ -การทำเครื่องมือประมงพื้นบ้าน -การแสดงทางวัฒนธรรม -การนวดแผนไทย -การแทงศาสตรา -การแกะรูปหนังตะลุง -ล่องป่าพรุสวนพฤกษศาสตร์	91 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-9904934 081-5416121

2.กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคธุรกิจ

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.โรงแรมทะเลน้อย รีสอร์ท	บริการที่พักพร้อมอาหาร จัดประชุมสัมมนา	309 ม.3 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-1896193
2.บ้านชายเลรีสอร์ท	บริการที่พักพร้อมอาหาร	111 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	086-9539914
3.ศรีปากประรีสอร์ท	บริการที่พักพร้อมอาหาร จัดประชุมสัมมนา	222 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	095-0360466 081-9693791
4.เลเดอร์บัวรีสอร์ท	บริการที่พัก	195 ม.3 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-3683081
5.บ้านล้านบัวรีสอร์ท	บริการที่พัก	152 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-3683081
6.บ้านพักสอยดาว	บริการที่พัก	52/1 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-2735767
7.คนเลรีสอร์ท	บริการที่พัก	ม.13 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	087-2311445, 084-3442130
8.บ้านพักชมจันทร์รีสอร์ท	บริการที่พัก	250 ม.13 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	080-8702866
9.บ้านพักชวนชมรีสอร์ท	บริการที่พัก	183 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	090-1801991
10.โรงแรมเลน้อยบุรี	บริการที่พัก	106 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-7336843
11.ทะเลบัวรีสอร์ท	บริการที่พักพร้อมอาหาร จัดประชุมสัมมนา	508 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	083-6542303

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
12.บ้านพักทวีสุข	บริการที่พัก	165 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	087-4664842
13.ปากประลากูนรีสอร์ท	บริการที่พักพร้อมอาหาร	222/2 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	061-1499494
14.สายคลองสองเลรีสอร์ท	บริการที่พัก	199 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	084-0766251
15.ตาลคู่ รีสอร์ท	บริการที่พัก	58 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	093-6294874, 089-2985487
16.บ้านพักสวนแก้ว	บริการที่พัก	388 ม.3 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-1962620
17.บ้านพักปลายนา	บริการที่พัก	366 ม.13 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-9894721
18.เพื่อนเพ เฮาส์รีสอร์ท	บริการที่พัก	151 ม.13 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	086-9592480
19.โรงแรมพนางตุงรีสอร์ท	บริการที่พัก	222 ม.7 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-9766417
20.พี.ซี.ไนท์รีสอร์ท	บริการที่พัก	ม.3 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	087-2712899, 087-3947754
21.เค.เอส เกสท์เฮ้าท์	บริการที่พัก	ม.3 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	087-2712899
22.ปากประเฮอริเทจ	บริการที่พักพร้อมอาหาร	ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-8121276
23.บ้านพักริมเล	บริการที่พักพร้อมอาหาร	77 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-8181963

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
24.ชานไม้ชายเล	บริการที่พักพร้อมอาหาร	126 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-6385966
25.บ้านต้นลำพู	บริการที่พักพร้อมอาหาร เรือนำเที่ยว รถโบราณนำเที่ยวทะเลน้อย ชมวิวยอ แสงแรกที่ปากประ การทำนาข้าวริมทะเลสาบ การทำแป้งสาคู ชมควายน้ำ ดูนกน้ำ บัว สาหร่ายข้าวเหนียว วิถีชาวประมง พื้นบ้าน หมู่บ้านหัตกรรมกระจูด พื้นที่วงรอบแหล่งท่องเที่ยวทะเลน้อย	209 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	099-1218942
26.โรงแรมขวัญสกุลกรีนวิว	บริการที่พัก	182 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089- 4636324
27.เพชรพันธ์ รีสอร์ท	บริการที่พัก	218 ม.6 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	084-3951278
28.เดอะริช รีสอร์ท	บริการที่พัก	346 ม.12 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	095 440 7425
29.บ้านเฌอเอม	บริการที่พัก	295 ม.13 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	086-9586215
30.เวทแลนด์แคมป์	บริการที่พักพร้อมอาหาร เรือนำเที่ยว รถโบราณนำเที่ยวทะเลน้อย ชมวิวยอ แสงแรกที่ปากประ การทำนาข้าวริมทะเลสาบ การทำแป้งสาคู ชมควายน้ำ ดูนกน้ำ บัว สาหร่ายข้าวเหนียว วิถีชาวประมง พื้นบ้าน หมู่บ้านหัตกรรมกระจูด พื้นที่วงรอบแหล่งท่องเที่ยวทะเลน้อย	111 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	086 953 9914
31.กลุ่มเรือบริการนำเที่ยวทะเลน้อย	เรือบริการนำเที่ยวทะเลน้อย ชมวิวยอ แสงแรกที่ปากประ การทำนาข้าวริมทะเลสาบ การทำแป้งสาคู	ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	084-8534557

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
	ชมควายน้ำ ดูนกน้ำ บัว สาหร่าย ข้าวเหนียว วิถีชาวประมงพื้นบ้าน		

3.กลุ่มพัฒนาที่พัก/โฮมสเตย์โดยชาวบ้าน

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.โฮมสเตย์ ลุงสนั่น	บริการที่พักพร้อมอาหาร เรือนำเที่ยว ทะเลน้อย ชมวิวยอ แสงแรกที่ปากประ การทำนาข้าวริมทะเลสาบ การทำแป้งสาคูต้น ชมควายน้ำ ดูนกน้ำ บัว สาหร่าย ข้าวเหนียว ล่องป่าพรุสวนพฤกษศาสตร์ วิถีชาวประมง หมู่บ้านหัตกรรมกระจูด พื้นที่วงรอบแหล่งท่องเที่ยวทะเลน้อย	171 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-7388271
2.ปากประโฮมสเตย์	บริการที่พักพร้อมอาหาร เรือนำเที่ยว รถโบราณนำเที่ยว ทะเลน้อย ชมวิวยอ แสงแรกที่ปากประ การทำนาข้าวริมทะเลสาบ การทำแป้งสาคู ชมควายน้ำ ดูนกน้ำ บัว สาหร่าย ข้าวเหนียว วิถีชาวประมง หมู่บ้านหัตกรรมกระจูด พื้นที่วงรอบแหล่งท่องเที่ยวทะเลน้อย	115 ม.4 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	095-0712059
3.โฮมสเตย์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่าช้างฟื้นฟูเศรษฐกิจ	บริการที่พักพร้อมอาหาร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทำนาข้าวอินทรีย์ เรือนำเที่ยว รถโบราณนำเที่ยวทะเลน้อย ชมวิวยอ แสงแรกที่ปากประ การทำนาข้าวริมทะเลสาบ การทำแป้งสาคู ชมควายน้ำ ดูนกน้ำ บัว สาหร่าย ข้าวเหนียว วิถีชาวประมง หมู่บ้านหัตกรรมกระจูด พื้นที่วงรอบแหล่งท่องเที่ยวทะเลน้อย	36 ม.5 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-9781044

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
4.โฮมสเตย์กลุ่มวิชชาลัยรวงข้าว	บริการที่พักพร้อมอาหาร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทำนาข้าวอินทรีย์ เรือนำเที่ยว รถโบราณนำเที่ยวทะเลน้อย ชมวิวยอ แสงแรกที่ปากประ การทำนาข้าวริมทะเลสาบ การทำแป้งสาคู ชมควายน้ำ ดูนกน้ำ บัว สาหร่าย ข้าวเหนียว วิถีชาวประมง หมู่บ้านหัตกรรมกระจูด พื้นที่วงรอบแหล่งท่องเที่ยวทะเลน้อย	400 ม.5 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-4641187
5.จวนปลายนาโฮมสเตย์	บริการที่พักพร้อมอาหาร การยกยอยักษ์	ม.5 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	096-6916645
6.โฮมสเตย์กระจูดวรรณี	บริการที่พักพร้อมอาหาร การแปรรูปผลิตภัณฑ์พืชกระจูด	152 ม.10 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-5896370
7.โฮมสเตย์บ้านทะเลน้อย (นางอนุกูล นุ่นคง)	บริการที่พักพร้อมอาหาร	80/1 ม.1 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	086-8760932
8.โฮมสเตย์บ้านทะเลน้อย (นางสมคิด ดำสง)	บริการที่พักพร้อมอาหาร	76 ม.1 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	082-7335162

4.กลุ่มสร้างฐานการเรียนรู้/ผู้ผลิตสินค้า OTOP/พัฒนาร้านอาหารเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.วิสาหกิจชุมชนท่าช้างฟื้นฟูเศรษฐกิจ	-การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวสังข์หยด	36 ม.5 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-9781044
2.วิสาหกิจชุมชนชมรมสื่อแห่งปัญญาพัฒนาเกษตรยั่งยืน	-การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทำนาข้าวสังข์หยดอินทรีย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวสังข์หยด	400 ม.5 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	089-4641187
3.วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกระจูดวรรณี	-การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชกระจูด	152 ม.10 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง	089-5896370

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
	-บริการที่พักและอาหาร การศึกษาดูงาน	93150	
4.วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงควาย	การท่องเที่ยววิถีควายน้ำ คนเลี้ยงควายทะเลน้อย	170 ม.6 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	098-6712643
5.วิสาหกิจชุมชนปลาดุกร้าบ้านปากห้วย	การทำปลาดุกร้า	342 ม.12 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	084-7479756
6.ป้าเผี้ยบแกงเคยปลาแห้ง	การทำแกงเคยปลาแห้ง การทำน้ำพริกสูตรต่างๆ	ม.1 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	098-7874226
7.นางประภา นุ่นคง	การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ ปลาเค็ม ปลาแห้ง เคยปลา ปลาดุกร้า	310 ม.1 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	098-6712643
8.นางสาวเกสร ทองพูนเอียด	อาหารคาวหวานพื้นบ้าน การแปรรูปผลิตภัณฑ์พืชกระจูด การท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านทะเลน้อย	91 ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-9904934
9.นายสำเร็จ หนูเปีย	การทำแป้งสาคูต้น	ม.5 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	093-5932743
10.หนึ่ง สอง สาม มาเก็ตติ้ง	การทำขนมปั้นขลิบ ไข่ปลาทอดกรอบ เครื่องดื่มสุขภาพจากฟักข้าว ผลิตภัณฑ์ของฝากอื่นๆ	205 ม.12 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-0922520

4.กลุ่มสร้างฐานการเรียนรู้/ผู้ผลิตสินค้า OTOP/พัฒนาร้านอาหารเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.นายเลี่ยม สุขคง	-การรักษาโรคด้วยสมุนไพร -ขายยาสมุนไพรแผนโบราณปลีก-ส่ง	17 ม.11 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-7678300 074-685174

5.กลุ่มกิจกรรมชุมชน/วัฒนธรรมชุมชน เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

ชื่อ	กิจกรรมท่องเที่ยว	หมู่บ้าน/ที่ตั้ง	ผู้ประสานงาน/โทร
1.สภาเด็กและเยาวชนตำบลพนางตุง	-อังกะลุง/การรำมโนราห์	เทศบาลตำบลพนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	083-3978107
2.มโนราห์โชกุน ประเสริฐศิลป์	การแสดงมโนราห์	ม.10 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	093-6365877
3.มโนราห์ศรีเพชร อมรศิลป์	การแสดงมโนราห์	ม.5 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	082-8158904
4.คณะกลองยาวบ้านค่าย (บ้านหมอนก)	การแสดงกลองยาว	ม.7 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	093-7565398
5.คณะกลองยาวบ้านค่าย (บ่าวพร)	การแสดงกลองยาว	ม.7 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	096-6756053
6.คณะกลองยาวบ้านทะเลน้อย	การแสดงกลองยาว	ม.2 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-4783714
7.เพลงร้องเรือ เพลงกล่อมเด็กภาคใต้ (นางหวน หมื่นหนู) (นางจวง เพชรสุข)	เพลงร้องเรือ เพลงกล่อมเด็กภาคใต้	ม.1 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-9904934
8.กลุ่มฟังเทศน์ ฟังธรรม ลานวัฒนธรรมชุมชนทะเลน้อย	ฟังเทศน์ ฟังธรรม	ลานวัฒนธรรมชุมชนทะเลน้อย ม.1 ต.พนางตุง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150	081-9904934

รายชื่อเครือข่ายร้านอาหารในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และพื้นที่ใกล้เคียง (จังหวัดตรัง)

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร	จังหวัด	เบอร์โทร
1	ร้านอาหารชาวเรือ	นครศรีธรรมราช	075 346 222
2	ครัวนายหนัง	นครศรีธรรมราช	081 893 5625
3	ขนมจีนเมืองคอน	นครศรีธรรมราช	075 342 615
4	ร้านอาหารขนมจีนเส้นสดแม่แอ็ด	นครศรีธรรมราช	075 345 327
5	ตังเกี๋ย แต่เตี้ยม	นครศรีธรรมราช	075 432 119
6	ร้านขนมจีนเมืองคอน ริมคลอง	นครศรีธรรมราช	097 348 5995
7	ร้านขนมจีนป้าเขียว	นครศรีธรรมราช	
8	ร้านอาหารติ่มซำ 5 ดาว	นครศรีธรรมราช	081 956 0262
9	ร้านโรตีป้าหนอม	นครศรีธรรมราช	080 521 2913
10	ร้านอาหารสุขทวี	นครศรีธรรมราช	095 954 2654
11	ครัวสุชาดา หัวไทร	นครศรีธรรมราช	075 389 228
12	ร้านอาหารใจบ้านหัวไทร	นครศรีธรรมราช	087 891 8802
13	จันทร์แจ้ง ซีฟู้ดหัวไทร	นครศรีธรรมราช	
14	ร้านอาหารโกท้าวหัวไทร	นครศรีธรรมราช	075 389 368
15	ร้านสถานีหัวไทร	นครศรีธรรมราช	
16	ดอกเห็ดซีฟู้ดหัวไทร	นครศรีธรรมราช	
17	ลุงเทพข้าวต้มโต้รุ่งหัวไทร	นครศรีธรรมราช	095 736 5850
18	บ้านติ่มซำหัวไทร	นครศรีธรรมราช	081 598 7568
19	จ้าวนก Coffee & Food หัวไทร	นครศรีธรรมราช	093 656 5965
20	บ้านแกงอ่าฉ๊ะหัวไทร	นครศรีธรรมราช	080 530 5550
21	จันทร์แจ้งซีฟู้ด บ้านหน้าสตน	นครศรีธรรมราช	089 150 6997
22	ร้านต้องแวะหัวไทร	นครศรีธรรมราช	062 745 0949
23	ครัวชาวบ้าน	นครศรีธรรมราช	075 389 172
24	ร้านน้องบ่าวหัวไทร	นครศรีธรรมราช	075 450 579
25	ร้านอาหารครัวคุณลัดดา	นครศรีธรรมราช	096 710 0407
26	ร้าน96บิงซูแอนด์พิซซ่าหัวไทร	นครศรีธรรมราช	
27	ร้านขนมจีนใต้สะพานหัวไทร	นครศรีธรรมราช	088 710 6140
28	Gai Yang Galae Hua Sai (ไก่ย่างกอและหัวไทร)	นครศรีธรรมราช	
29	ร้าน999บะหมี่เกี๊ยวหัวไทร	นครศรีธรรมราช	085 424 5908
30	ร้านอาหารบังนี	นครศรีธรรมราช	
31	ร้านยอใหญ่รินทร์ อาหาร-เครื่องดื่มหัวไทร	นครศรีธรรมราช	

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร	จังหวัด	เบอร์โทร
32	ล่องแพบ้านวังหอน & ร้านอาหารพื้นบ้านครัววังลับแล ชะอวด	นครศรีธรรมราช	080 695 5656
33	ร้านเยี่ยมโอชา ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
34	บ้านต้นน้ำ ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
35	ใบหม่อนข้าวมันไก่ ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
36	ร้านอาหารนั่งเล่นชะอวด	นครศรีธรรมราช	084 444 9474
37	ร้าน ชะอวดหมูกะทะ	นครศรีธรรมราช	099 356 2652
38	ร้านอาหารอิสลามชะอวด	นครศรีธรรมราช	062 220 0790
39	ร้านหมูกระทะฐิมคลอง ป้าเอียดชะอวด	นครศรีธรรมราช	095 757 0590
40	เรือนไทยทักษิณา	นครศรีธรรมราช	081 271 1811
41	ร้านอาหาร อีสานกลางซอย	นครศรีธรรมราช	084 052 5502
42	ร้านอาหารนกน้อย	นครศรีธรรมราช	093 523 6598
43	ร้านส้มตำป้าธรรม ชะอวด	นครศรีธรรมราช	082 815 5391
44	ร้านอาหารฟอร์ยู ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
45	ร้านอาหารบ้านเฟื่องฟ้าสเต็กเฮาส์	นครศรีธรรมราช	081 979 7900
46	ร้านพิมนารา ชะอวด	นครศรีธรรมราช	089 735 2133
47	ร้านระฆังทอง ชะอวด	นครศรีธรรมราช	093 389 0497
48	ร้านเจ๊หญิงvip ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
49	หลายยายกอบ ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
50	ร้านข้าวแกงบ้านปู่ ชะอวด	นครศรีธรรมราช	086 596 0262
51	ครัวลานไม้ ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
52	ร้านแต่แรก The old time ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
53	ครัวคุณติ้ว ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
54	สวนมังคุดคุณย่าริมน้ำ ชะอวด	นครศรีธรรมราช	095 959 7121
55	ร้านบ้านเฟื่องฟ้า ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
56	ครัวเรือนเคียง ชะอวด	นครศรีธรรมราช	083 778 1269
57	ครัวคุณทิพย์ ชะอวด	นครศรีธรรมราช	
58	4NBF. Admin Home ชะอวด	นครศรีธรรมราช	081 958 4502
59	แต้เฮี้ยงอิ้ว	สงขลา	074 311 505
60	เกียดฟั่ง	สงขลา	074 311 998
61	ร้านอาหารศิรดา เกาะยอ	สงขลา	074 450 235
62	คุณจิต ซีวิว เกาะยอ	สงขลา	074 591 556
63	ร้านอาหาร เบเกอรี่ เฟรช เบเกอร์	สงขลา	074 322 007
64	ร้านเจ๊นิ สาขาโรงสีแดง	สงขลา	081 897 9307
65	ร้านอาหารน้ำเคียงดิน	สงขลา	074 591 747

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร	จังหวัด	เบอร์โทร
66	Cafe' Der See Nakornnok	สงขลา	074 898 595
67	The Secret Garden	สงขลา	074 892 504
68	ร้านอาหาร คราวน์เบเกอรี่ Crown Bakery สาขา สงขลา	สงขลา	074 441 305
69	ร้าน สุจินดา	สงขลา	074 322 744
70	ร้านอาหารเกาะยอ เดอ ลากูน	สงขลา	081 853 3447
71	ร้านเพลิน	สงขลา	
72	ร้านพับเพียบ	สงขลา	095 615 1280
73	ร้านชื่นชีวา	สงขลา	091 846 4234
74	ครัวศรีลำดวน ดอนคัน คูขุด	สงขลา	081 099 8739
75	ร้านน้องจ๊ะจ๋า สทิงพระ	สงขลา	
76	สวนอาหารอุทยานนกน้ำคูขุด	สงขลา	
77	ครัวพุซซี่แคท สทิงพระ	สงขลา	
78	แหลมโพธิ์	สงขลา	065 895 9896
79	ร้านอาหารพิกุลทอง ตะเครียะ ระโนด	สงขลา	061 949 8989
80	เคียงเล ซีฟู้ด ระโนด	สงขลา	088 784 831
81	ร้านป้าคนธ์ ระโนด	สงขลา	089 597 0427
82	ครัวจุฬาทิพย์ ระโนด	สงขลา	089 463 2722
83	ร้านอาหารเทเลเค้ก สระอ้ายเล ระโนด	สงขลา	074 392 999
84	บ้านบัวระโนด	สงขลา	082 429 3451
85	ร้านขนมจีนเส้นสด ณ ฉัตร ระโนด	สงขลา	084 748 5116
86	ร้านอาหารฉีแดง ระโนด	สงขลา	081 748 5714
87	ร้านเปิดไข่ปลาเผาเกลือระโนด	สงขลา	084 999 6360
88	ร้านอาหารมุมเมืองโนด	สงขลา	061 182 5842
89	ร้านอาหารอิสลามตลาดกอไม้ไผ่ระโนด	สงขลา	081 738 7292
90	สวนอาหาคลองไผ่ ระโนด	สงขลา	088 835 7872
91	ร้านอาหารเมืองใหม่ ระโนด	สงขลา	
92	ร้านเบอร์เกอร์ & คอฟฟี่ ระโนด	สงขลา	
93	ร้านรอซีโภชนา ระโนด	สงขลา	
94	ร้านยำแซ่บเวอร์ ระโนด	สงขลา	
95	ร้านแซ่บลืมผัว & ชากิมหยง ระโนด	สงขลา	090 071 1755
96	ร้านต้นยอ สิงหนคร	สงขลา	091 982 5796
97	ร้านธนาคารปู สิงหนคร	สงขลา	
98	ร้านปากกว้าง สิงหนคร	สงขลา	
99	บังหรูนเมี่ยงปลาเผา สิงหนคร	สงขลา	

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร	จังหวัด	เบอร์โทร
100	เพลินพุง สิงหนคร	สงขลา	094 405 8777
101	ครัวคุณใจ สิงหนคร	สงขลา	086 957 9328
102	กาแฟนายหัว At Singora	สงขลา	081 898 9931
103	ครัวใบโหนด สิงหนคร	สงขลา	
104	ร้านอาหาร ทิวทัศน์	พัทลุง	090 716 5922
105	ร้านอาหารเคียงทะเล	พัทลุง	088 752 9532
106	ร้านบางชาม พัทลุง	พัทลุง	091 848 8599
107	ร้านอาหารสามก๊ก ทะเลน้อย	พัทลุง	089 653 5952
108	ร้านอาหารส้มตำ บายพาส	พัทลุง	084 124 5452
109	วิวยอ	พัทลุง	094 598 2944
110	สวนอาหารควนมะพร้าว	พัทลุง	074 612 895
111	ศรีปากประ	พัทลุง	095 036 0466
112	ซี ซี สเต็ก ครัวคุณล้าน (สาขาพนมวังก์)	พัทลุง	074 682 222
113	หลานตาชูสเต็กเฮ้าส์	พัทลุง	074 681 658
114	ร้านขนมจีนนางลาด	พัทลุง	084 855 2904
115	ร้านอาหารนอกชาน	พัทลุง	
116	ร้านเอมโอษฐ์	พัทลุง	085 583 7776
117	ROOF 6/6 BAR & BISTRO	พัทลุง	074 820 199
118	ร้านข้าวหมูแดงโกเยาว์ สาขาน้ำผุด	ตรัง	โทร.075-215231
119	ร้านฉิวดำ	ตรัง	โทร. 075 212 310
120	ร้านนักร้อง บางรัก	ตรัง	โทร. 082 459 4333
121	ร้านสวนเส ณ เฮฮา	ตรัง	โทร. 087 456 5939
122	ร้านพงษ์โอชา3	ตรัง	โทร. 075 216 789
123	ร้านเทียนหลงติ่มซำ	ตรัง	โทร. 096 249 6269
124	ร้านอั่งเปา ตำนานซาลาเปาไส้ทะลัก	ตรัง	โทร. 075 214999
125	ร้านจริงจิตร ขนมเปี๊ยะตรัง	ตรัง	โทร. 0-7521-9600
126	ร้านเขียวโอชา	ตรัง	โทร. 081 535 3665
127	ก๋วยเตี๋ยวต้มยำแฟนซีพี่โบนัสน้องโบซ่า	ตรัง	โทร. 095 413 9832
128	ก๋วยจั๊บท่าบันได ถนนกันตัง	ตรัง	
129	โรตีบังแจ้	ตรัง	
130	ร้านซินจิว จ๋าโก๋ย ถนนกันตัง	ตรัง	
131	ขนมไหว้พระจันทร์ ร้านอึ้งเคว่งไถ่	ตรัง	โทร. 0-7521-8265
132	The Tree Sleep l Space	ตรัง	โทร. 081 100 4442
133	ร้านธง บะกุดเต๋	ตรัง	โทร. 081 565 7665
134	Sis&Bro	ตรัง	โทร.084 132 073

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร	จังหวัด	เบอร์โทร
135	บ้านยินดีโฮมเมดสเต็ก	ตรัง	โทร. 081 9206 054
136	ร้านครัวชานชาลา	ตรัง	โทร. 075 213 942
137	ร้านคองแฟรงค์ เรสเตอรองค์	ตรัง	โทร. 084 6362 829
138	ร้านเดอะ บ๊อกซ์	ตรัง	โทร. 095 719 8620
139	ร้านเธิร์ดเพลส	ตรัง	โทร. 075 828 323
140	เดอะวิช คอฟฟี่	ตรัง	โทร. 075 290 900
141	ร้านโฮมรูมคาเฟ่	ตรัง	โทร. 0814925560
142	ร้านเพียร์ 88	ตรัง	โทร. 075 217 666
143	ร้านเลตรัง ติ่มซำ	ตรัง	โทร. 075217700
144	ร้านเรือนไทยติ่มซำ	ตรัง	โทร. 075-219-342
145	ร้านไก่-หนุ่ย แต้เตี้ยม	ตรัง	โทร. 0841840828
146	ร้านชาล้นถ้วย A cup of tea	ตรัง	โทร. 081-569-1589
147	ร้านบ้านสวนสุดาพร	ตรัง	โทร. 075-226-070
148	ร้านชะเงา	ตรัง	โทร. 075 222 469
149	ร้านเมอแรงก์ แอนด์ มี	ตรัง	โทร. 081 4998 588
150	ร้านโกช้อย ตรัง	ตรัง	โทร. 075-298511
151	ครัวลำพู	ตรัง	โทร. 091-847-0533
152	ร้านบ้านสุวิมล	ตรัง	โทร. 0-7521-8653
153	ท่าใคลซีฟู้ด	ตรัง	โทร. 083 088 5098
154	ร้านล่อคุ้ง1	ตรัง	โทร. 075251888
155	ภัตตาคาร โกเกี้ย	ตรัง	โทร. 075-251-393
156	ร้านอาหารจีนดำ	ตรัง	โทร. 075271238
157	ร้านทางเลือก	ตรัง	โทร. 075-214185
158	Junt-Sushi	ตรัง	โทร. 084 725 7400
159	กวนนิโตพาทิสเซอรี	ตรัง	โทร. 085 882 0859
160	แหลมหยงสตาร์ซีไซด์	ตรัง	โทร. 087 528 8065
161	Sometime Coffee&flower Cafe's	ตรัง	โทร. 087 383 8787
162	ร้านอิ่มดี Imd Tasty Food Hall	ตรัง	โทร. 075223223
163	ร้านเขาพับผ้า	ตรัง	โทร. 08-6470-4566
164	ร้านเกาะปู-เกาะปลา	ตรัง	โทร. 075274007
165	ข้าวต้มพุ้ย	ตรัง	โทร. 075 210 127
166	กะพังโอชา	ตรัง	โทร. 084-993-3556
167	ร้านหาดยาวซีฟู้ด	ตรัง	โทร. 085 790 9374
168	ร้านต้นปอ	ตรัง	โทร. 075-208-208
169	กนกภัตตาคาร	ตรัง	โทร. 0 7521 1008-9

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร	จังหวัด	เบอร์โทร
170	บัลโคนี่	ตรัง	โทร. 0-7521-0083
171	ร้านกันตังติ่มซำ	ตรัง	โทร. 081 677 4694
172	ร้านปูม้าปาร์ตี้	ตรัง	โทร. 0819788100
173	ร้านปากหม้อเจ๊กี	ตรัง	โทร.083 393 0507
174	สีฟ้า ไลฟ์สไตล์ ฟู้ด	ตรัง	โทร. 075210139
175	ร้านอาหารปูนิ่ม เกาะเคี่ยม	ตรัง	โทร. 075-572062

ศูนย์จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองและสินค้าโอทอปจังหวัด

1.ขนมเปี๊ยะ ซอย 9 จำหน่าย ขนมเปี๊ยใส้ เผือกหอมไข่เค็ม, ถั่วแดงไข่เค็ม, พุทธาจีนใข่เค็ม, ชาเขียวไข่เค็ม, ทุเรียนไข่เค็ม231/1 ซ.9 ถ.ห้วยยอด ต.ทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง
โทรศัพท์ : 08 9474 6892

2.เค้กเขาช่อง 213 ถนนตรัง-พัทลุง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง โทรศัพท์ : 0 7521 0086

3.แพลนทอยส์ 213 ถนนตรัง-พัทลุง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง โทรศัพท์ : 0 7521 0086 อำเภอย่านตาขาว จังหวัดตรัง โทรศัพท์ : 07521 2948

4.ศูนย์จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ถนนตรัง-พัทลุง (ข้างจวนผู้ว่าฯ) อำเภอเมือง จังหวัดตรัง โทรศัพท์ : 0 7521 5395

5.ยูเนี่ยน และเวิลด์คลาส ซอยห้วยยอด ๒๓ อำเภอเมือง จังหวัดตรัง โทรศัพท์ : 0 7521 1167, 07521 5051

6.ศูนย์กลางจำหน่ายสินค้าโอทอปจังหวัดตรังและI MT-GTพลาซ่า จำหน่ายสินค้าโอทอป 14 จังหวัดภาคใต้ Tel.+66[0] 7521 8356

ศูนย์จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกอยู่ตามร้านขายของที่ระลึกในโรงแรม นครศรีธรรมราช

ศูนย์แสดงสินค้าโอท็อปคีรีวง อำเภอ ลานสกา นครศรีธรรมราช
081 978 1352

ศูนย์สินค้าโอทอป นครศรีธรรมราช อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช

ตลาดเศรษฐกิจชุมชนสินค้าโอท็อป อำเภอ หัวไทร นครศรีธรรมราช