



รูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

AN OPERATIONAL MODEL USING COMMUNITY CAPITAL TO DEVELOP  
SUSTAINABLE COMMUNITY-BASED TOURISM



By  
MR. Sirawish SUPRADITH

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Doctor of Philosophy MANAGEMENT  
Silpakorn University  
Academic Year 2022  
Copyright of Silpakorn University

|                      |   |
|----------------------|---|
| หัวข้อ               | รูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน |
| โดย                  | นายศิริวิชญ์ สุประดิษฐ์   |
| สาขาวิชา             | การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาชุมชนบัณฑิต   |
| อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติธร ภูริภักดี                                    |
| อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล                       |

---

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

..... คณบดีคณะวิทยาการจัดการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุทธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนนภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติธร ภูริภักดี)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

60604916 : การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาคุณภิวัตน์

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวโดยชุมชน, กิจกรรมเพื่อสังคม, ทุนชุมชน, การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, การพัฒนาอย่างยั่งยืน

นาย ศิริวิชญ์ สุประดิษฐ์: รูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติธร ภูริภักดี

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3) เพื่อศึกษาผลการทดสอบความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 4) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 กลุ่ม การสนทนากลุ่มกับองค์กรภาครัฐและเอกชนจำนวน 12 ราย และการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยที่ จำนวน 231 คน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงการบริหารจัดการ เข้าใจถึงทุนชุมชนที่ตนเองมีนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของชุมชนซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนที่คำนึงถึง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยมีกลยุทธ์ 9 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผู้นำชุมชนท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านองค์ความรู้ ด้านเครือข่าย ด้านความสะดวกสบาย ด้านเศรษฐกิจแบ่งปัน ด้านอัตลักษณ์ของชุมชน และด้านการบริการ (การเป็นเจ้าบ้านที่ดี)

ระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.54 การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านทุนชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.52 และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.51

การทดสอบความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า การดำเนินกิจการเพื่อสังคม, กิจการเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและกิจการเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาวิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้เป็นฐานความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทุนชุมชน กิจกรรมเพื่อสังคม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงได้องค์ความรู้ทางวิชาการ เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

60604916 : Major MANAGEMENT

Keyword : community-based tourism, social enterprise, community capital, sustainable tourism development, sustainable development

MR. Sirawish SUPRADITH : An Operational Model Using Community Capital to Develop Sustainable Community-Based Tourism Thesis advisor : Assistant Professor Santidhorn Pooripakdee, Ph.D.

This research aimed to 1) study situations and trends of social enterprise for sustainable community-based tourism development in Thailand, 2) examine importance levels of social enterprise affecting sustainable community-based tourism, 3) investigate the relation test results of social enterprise affecting sustainable community-based tourism, and 4) study the development guidelines for social enterprise development and sustainable tourism development of community-based tourism. This mixed-methods research implemented in-depth interviews with four successful social enterprise groups and focus-group discussions with 12 experts from governmental and private organizations. The relations of social enterprises affecting sustainable community-based tourism were tested quantitatively. A questionnaire was distributed to 231 respondents in communities with community-based tourism operation in Thailand. Hypotheses were statistically tested using Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results revealed that a development guideline for social enterprise and sustainable community-based tourism requires an insightful understanding of administration and management and existing community capital to apply to the community contexts. The economy, society, environment, and culture should also be taken into account. The 9 strategies include tourism community leaders, community engagement, knowledge, network, convenience, shared economy, community identity, and service (being good hosts).

Regarding the importance level of social enterprise, it was found that community-based tourism components showed the highest significance with a mean of 4.54. The social enterprise operation was also significant at the highest level. Overall, community capital also displayed the highest level of importance with a mean of 4.52, and sustainable community-based tourism development was also at the highest level with a mean of 4.51.

The test of social enterprise relations that affect sustainable tourism revealed that social enterprise operation, social enterprise through community-based tourism, and social enterprise through community capital positively correlated with sustainable community-based tourism.

The present research provides beneficial information as the basic knowledge related to community-based tourism, community capital, social enterprise, and sustainable tourism development. Also, it provides academic knowledge about an operational model using community capital for sustainable community-based tourism development as a guideline to develop sustainable community-based tourism.



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติธร ภูริภักดี อาจารย์ที่ปรึกษาหลักและผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกดศิริ เจริญวิศาล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่คอยสนับสนุนพร้อมให้คำแนะนำมาตั้งแต่กระบวนการแรกของงานวิจัยจนสำเร็จ ลุล่วงตามวัตถุประสงค์ทางการศึกษา รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ ประธาน กรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตน์ นงศ์ภิญโญ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ มากยิ่งขึ้น ในฐานะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คุณฉัตรดา เอกแก้วน้ำชัย ประธานวิสาหกิจชุมชน บ้านริมคลองโฮมสเตย์ คุณ ชาญฤทธิ์ เพิ่มทรัพย์ นายกสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดกระบี่, ประธานวิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยวแหลมสัก และประธานบริษัท กระบี่โลคอล (วิสาหกิจเพื่อสังคม) คุณเศรษฐศักดิ์ พรหมมาที่ ปรึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านท่าขันทอง คุณสมศักดิ์ บุญคำ ผู้ก่อตั้งบริษัท Local Alike และผู้นำ ชุมชนหรือเจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน ประเทศไทย ทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา สมาคมและองค์กร ที่ให้การสนับสนุน ในกระบวนการวิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณผู้สนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้ จนทำให้สามารถทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจใน การศึกษา คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ และให้การสนับสนุนอย่างดียิ่งเสมอมา

นาย ศิริวิชญ์ สุประดิษฐ์



## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....   | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....  | จ    |
| กิตติกรรมประกาศ.....   | ช    |
| สารบัญ.....  | ช    |
| สารบัญตาราง.....   | ฉ    |
| สารบัญภาพ.....   | ฐ    |
| บทที่ 1 บทนำ.....  | 1    |
| 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....   | 1    |
| 2. คำถามการวิจัย.....  | 4    |
| 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....  | 5    |
| 4. สมมติฐานของการวิจัย.....  | 5    |
| 5. ขอบเขตของการวิจัย.....  | 5    |
| 6. กรอบกระบวนการวิจัย.....   | 10   |
| 7. กรอบแนวคิดการวิจัยเชิงปริมาณ.....   | 11   |
| 8. นิยามศัพท์เฉพาะ.....  | 11   |
| 9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....  | 14   |
| บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....   | 15   |
| 1. สถานการณ์การท่องเที่ยวภาพรวมในประเทศไทย.....                                | 15   |
| 2. นโยบายด้านการท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12..... | 18   |
| 3. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                      | 28   |
| 4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....                                   | 37   |

|   |     |
|---|-----|
| 5. แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน .....  | 59  |
| 6.แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development).....   | 63  |
| 7. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....  | 69  |
| 8.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน .....  | 80  |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....   | 88  |
| ขั้นตอนที่ 1 สภาวะการณ์และทิศทางการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน<br>ในประเทศไทย .....  | 90  |
| ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<br>.....  | 97  |
| ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน   | 99  |
| ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ<br>การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีแนวทางในการวิจัยมีดังนี้..... | 101 |
| บทที่ 4 รายงานผลการวิจัย.....   | 102 |
| ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาสภาวะการณ์และทิศทางการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่าง<br>ยั่งยืนในประเทศไทย.....                                   | 102 |
| ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง<br>ยั่งยืน.....   | 133 |
| ตอนที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<br>.....   | 150 |
| ตอนที่ 4 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<br>ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....                          | 153 |
| บทที่ 5 สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....   | 154 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และสรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ .....  | 155 |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย .....   | 169 |
| รายการอ้างอิง .....   | 181 |
| ภาคผนวก.....  | 186 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์..... | 187 |
| ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม.....   | 193 |
| ประวัติผู้เขียน.....        | 200 |



## สารบัญตาราง

หน้า

|   |     |
|---|-----|
| ตารางที่ 1 แสดงความแตกต่างของการดำเนินการที่หวังผลกำไรและมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคม.....                                | 30  |
| ตารางที่ 2 เปรียบเทียบแนวคิดดั้งเดิม และแนวคิดใหม่ในการสร้างความเข้มแข็งชุมชนด้วยทุนชุมชน<br>.....                    | 61  |
| ตารางที่ 3 สรุปการวิเคราะห์การประเมินปัญหา/ความจำเป็นกับการศึกษาค้นหาทุนชุมชน .....                                   | 62  |
| ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....   | 134 |
| ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม.....                                 | 135 |
| ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านผู้นำชุมชน<br>ท่องเที่ยว (Leader)..... | 136 |
| ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วม<br>.....                     | 136 |
| ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์ความรู้<br>.....                   | 137 |
| ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านรูปแบบ .                               | 138 |
| ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการบริการ<br>.....                    | 138 |
| ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social.....                                 | 139 |
| ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)                             | 140 |
| ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)                             | 140 |
| ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)                             | 141 |
| ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)                             | 141 |
| ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)                             | 142 |
| ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน โดยรวม .....   | 143 |

|             |  |     |
|-------------|--|-----|
| ตารางที่ 18 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) .....               | 143 |
| ตารางที่ 19 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ด้านทุนสังคม (Social Capital).....                | 144 |
| ตารางที่ 20 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ทุนกายภาพ (Physical Capital).....                 | 144 |
| ตารางที่ 21 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ทุนธรรมชาติ (Natural Capital).....                | 145 |
| ตารางที่ 22 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ทุนการเงิน (Financial Capital) .....              | 145 |
| ตารางที่ 23 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital).....               | 146 |
| ตารางที่ 24 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยรวม.....              | 146 |
| ตารางที่ 25 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านพื้นที่ .....        | 147 |
| ตารางที่ 26 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .....                    | 147 |
| ตารางที่ 27 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .....                    | 148 |
| ตารางที่ 28 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .....                    | 149 |
| ตารางที่ 29 | ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....                     | 149 |
| ตารางที่ 30 | ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง<br>ยั่งยืน..... | 150 |
| ตารางที่ 31 | ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจการเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับ ...              | 151 |
| ตารางที่ 32 | ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจการเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนกับการพัฒนาการ...                 | 152 |
| ตารางที่ 33 | สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....                                      | 161 |
| ตารางที่ 34 | คำสำคัญ นิยามความเกี่ยวข้องและความเห็นของผู้ให้ข้อมูล .....                                | 168 |

## สารบัญภาพ

|   | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิจัย .....   | 10   |
| ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัยเชิงปริมาณ.....  | 11   |
| ภาพที่ 3 องค์ประกอบหลักของวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579 .....   | 27   |
| ภาพที่ 4 แสดงให้เห็นว่าเป็นการผสมผสานกันขององค์กรสาธารณะกุศลกับภาคเอกชน .....   | 30   |
| ภาพที่ 5 แสดงคุณลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม/กิจการเพื่อสังคม .....  | 31   |
| ภาพที่ 6 สมมติฐานที่ 1 : กิจการเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .                             | 36   |
| ภาพที่ 7 สมมติฐานที่ 2 : กิจการเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน..... | 59   |
| ภาพที่ 8 กรอบความคิดระหว่าง แบบดั้งเดิม และแบบใหม่.....   | 62   |
| ภาพที่ 9 สมมติฐานที่ 3 : กิจการเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยว.....                          | 63   |
| ภาพที่ 10 แผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนประกอบด้วยสามส่วน .....  | 64   |
| ภาพที่ 11 ขั้นตอนการวิจัย.....  | 89   |
| ภาพที่ 12 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 1.1.....   | 94   |
| ภาพที่ 13 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 1.2 .....  | 97   |
| ภาพที่ 14 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 2.....   | 98   |
| ภาพที่ 15 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 3.....   | 100  |
| ภาพที่ 16 สรุปผลการวิจัย.....   | 167  |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นฟันเฟืองที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ถือเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่ทำให้เงินตราต่างประเทศไหลเวียนเข้ามาเกิดการสร้างงานกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่น ๆ ประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากแห่งหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาเป็นจำนวนมากในแต่ละปีจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยในปีพ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 38,178,194 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 7.27 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 35,591,978 คน ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ที่อันดับ 4 ของโลก อันดับที่ 1 คือ สหรัฐอเมริกามีรายได้จากการท่องเที่ยว 6,501,000 ล้านบาท อันดับที่ 2 คือ สเปน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,237,000 ล้านบาท อันดับที่ 3 คือ ฝรั่งเศส มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,043,000 ล้านบาท และอันดับที่ 4 คือ ไทย มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,910,000 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

ในยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปด้วย การท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงมีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และมีความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปศุสัตว์ สวนเกษตร และเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 12 ที่กำหนดให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเน้นประสบการณ์ท้องถิ่น หรือเรียกว่า Local Experience เพื่อส่งเสริมให้เกิดการค้าเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) ถือเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสังคม และวัฒนธรรม ความถึงด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีบริหารจัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และคนในชุมชนเป็นเจ้าของ สามารถการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว (องค์การบริหาร

การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2553) และยังสอดคล้องกับ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 มีความมุ่งหมายที่จะเร่งเพิ่มศักยภาพของประเทศในการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อที่รุนแรงและเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันที่ การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ “พลิกโฉมประเทศไทยสู่ สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” ซึ่งหมายถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก เพื่อมุ่งเสริมสร้างสังคมที่ก้าวหน้าพลวัตของโลก และเกื้อหนุนให้คนไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมกับการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูง และคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ได้กำหนดเป้าหมายหลัก 5 ประการ ได้แก่ การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคยุคใหม่ การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรมการเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน และการเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ได้กำหนดหมุดหมายการพัฒนา จำนวน 13 ประการ ซึ่งหมุดหมายที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการสร้างหลากหลายด้านการท่องเที่ยว รักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง

เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดำเนินกิจกรรมได้อย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการกำหนดให้กรอบการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาประเทศระยะยาว เพื่อให้ประเทศบรรลุวิสัยทัศน์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยครอบคลุมตั้งแต่ ปี พ.ศ. 256-2580 เป็นเวลา 20 ปี มีการกำหนดเป้าหมายไว้ว่า ประเทศไทยจะต้องเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก หรือเป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก โดยแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาคเพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทย และภูมิภาคไปพร้อมกัน ซึ่งนับเป็นมูลค่ามากมายที่จะสามารถพัฒนาชุมชนให้นำท่องเที่ยว เน้นพัฒนาระดับท้องถิ่น ทั้งยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง และชุมชนที่เป็นนโยบายที่ต้องการให้ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำในแง่ของพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมศักยภาพของชุมชน



เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่สุดคือการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว การบังคับใช้กฎหมายให้เกิดความปลอดภัย และไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบ แล้วกระจายการท่องเที่ยว ทั้งในมิติของพื้นที่ และรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562b)

กระแสการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งศึกษาในเรื่องของวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเยี่ยมเยือน หรือพักค้างเพื่อศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นได้ดีนั้น การถ่ายทอดเป็นเรื่องสำคัญผู้ที่ถ่ายทอดได้ดีคงต้องเป็นคนที่อยู่ในชุมชนเพราะมีความรู้ความเข้าใจในวิถีของชุมชนได้เป็นอย่างดี ในปัจจุบันมีการรวมตัวเพื่อจัดตั้งเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชุมชนพร้อมเปิดบ้านที่จะเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทำอาหารไทย การทำขนมไทย การจักสาน และกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ จากการได้สัมผัสได้ลงมือทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ และประสบการณ์จริง และในปัจจุบันมีการรวมตัวเพื่อจัดตั้งเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่พร้อมเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและหลงใหลในวิถีชีวิต เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชน ในรูปแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการได้สัมผัสได้ลงมือทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเอง

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นทางเลือกใหม่ของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างประสบการณ์ การท่องเที่ยวแบบใหม่ให้แก่ผู้เยี่ยมชมเยือน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนท้องถิ่น และเป็นประโยชน์ต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ไม่เลือนหายไป (Richards & Wilson, 2006) ประเทศไทยมีความได้เปรียบในหลายๆ ด้าน เช่น ความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีอัตลักษณ์วิถีความเป็นไทย การท่องเที่ยวที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศ การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ Community - based Tourism หรือจะเรียกว่า Host Management ซึ่งถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง แต่ในทางกลับกันได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมวัฒนธรรม และประเพณีของคนในชุมชน สาเหตุมาจากหลากหลายปัจจัย เช่น ผู้นำชุมชนขาดความเข้มแข็ง ขาดการ

บริหารงานแบบมืออาชีพ ไม่สามารถดึงศักยภาพของชาวบ้านในชุมชนมาใช้ในการทำงานร่วมกันได้ดีเท่าที่ควร อีกทั้งชาวบ้านในชุมชนไม่ให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนได้มีการจัดตั้งองค์กรชุมชนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ กลุ่มชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น ความเข้มแข็งในชุมชนนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sudthanom Tancharoen, 2017)

เมื่อมีกระแสการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดขึ้น ทำให้หลาย ๆ ชุมชนในประเทศไทยมีการตื่นตัว ในการที่จะลงนําท่องเที่ยวโดยชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยไม่ได้คำนึงถึงศักยภาพของชุมชน และไม่เข้าใจหลักการการดำเนินงานอย่างแท้จริงทำให้หลาย ๆ ชุมชนเกิดปัญหาจากการท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และ ประเพณีของชุมชน โดยเฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ Community-based Tourism โดยชุมชนถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง แต่ในทางตรงกันข้ามกลับส่งผลกระทบต่อฐานทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ประเพณีของคนในท้องถิ่น สาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น ผู้นำชุมชนไม่มีความเข้มแข็ง ขาดการบริหารงานแบบมืออาชีพ ไม่สามารถดึงศักยภาพของชาวบ้านในชุมชนมาใช้ในการทำงานร่วมกันได้ดีเท่าที่ควร อีกทั้งชาวบ้านในชุมชนไม่ให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว (Pitoon Thongchin, 2015)

ดังนั้นผู้วิจัยต้องการศึกษากลยุทธ์และพัฒนารูปแบบของการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนและแนวคิดกิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อนำมาสร้างเป็นรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยการใช้ทุนชุมชนทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

## 2. คำถามการวิจัย

จากความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นเป็นที่มาของคำถามการวิจัยที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า

1. สภาพการณ์และทิศทางการกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. ระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร

3. ความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร

4. การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนเป็นอย่างไร

### 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. เพื่อศึกษาผลการทดสอบความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

### 4. สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กิจการเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 2 กิจการเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 3 กิจการเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### 5. ขอบเขตของการวิจัย

#### 5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ชุมชนที่ดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย

#### 5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษารูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีดังต่อไปนี้

5.2.1 แนวคิดทุนชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยได้ให้ความหมายเกี่ยวกับทุนชุมชนไว้ว่า ทุนชุมชน หมายถึง สรรพสิ่งใด ๆ ก็ตาม

ที่มีอยู่ในชุมชนทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่เกิดขึ้นจากฝีมือหรือมันสมองภูมิปัญญาที่มีมูลค่า หรือคุณค่าของมนุษย์ ได้แก่ รวมถึงเงิน ที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีมูลค่าต่อการดำเนินวิถีชีวิต ของคนในสังคมปัจจุบันด้วยโดยทุนชุมชนแบ่งได้ 6 ประเภท คือ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนกายภาพ (Physical Capital) ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) ทุนการเงิน (Financial Capital) และทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)

5.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ประกอบด้วย Enterprise คือ การประกอบการหรือเรียกว่า “กิจการ” กับคำ ว่า Social คือ “สังคม” และเมื่อนำ คำมารวมกันจึงเกิดคำใหม่ว่า “กิจการเพื่อสังคม” คือ การประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งถือเป็นคำ เดียวกับ “กิจการเพื่อสังคม” โดย “กิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม” คือ องค์กรที่มีการ ดำเนินงานโดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ 3 ประการ (Triple Bottom Line) คือ กำไรหรือเศรษฐกิจ คนหรือสังคม และโลกหรือสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน กล่าวคือเป็นการดำเนินงานที่คำนึงถึงผลกำไร หรือผลตอบแทนทางธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็ผสานความรับผิดชอบต่อที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันจะ ส่งผลดีในระยะยาว โดยนัยนี้กิจการเพื่อสังคมจึงมีลักษณะเป็นองค์กรแบบผสมที่อยู่ตรงกลาง ระหว่างองค์กรที่แสวงหาผลกำไรและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับ สังคมให้เป็นไปอย่างที่ยั่งยืนโดยอาศัยนวัตกรรมทักษะและวิธีการแก้ปัญหาเชิงการ ประกอบการทางธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่กิจการขององค์กร (Alter, 2007)

5.2.3 การพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) เป็นหลักการจัดการองค์การ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคนมนุษย์ พร้อมกับยังรักษาความสามารถของระบบธรรมชาติไว้เพื่อให้ ทรัพยากรธรรมชาติและบริการระบบนิเวศซึ่งเศรษฐกิจและสังคมต้องพึ่งพา โดยผลที่คาดหวังคือ สภาพสังคมที่มีการใช้ภาวะการครองชีพและทรัพยากรเพื่อบรรลุความต้องการของมนุษย์โดยไม่บ่อน ทำลายบูรณภาพและเสถียรภาพของระบบธรรมชาติ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) เป็น ประมวลเป้าหมายโลก 17 ข้อที่เชื่อมโยงกันสมัชชา สหประชาชาติตั้งขึ้นในปี 2015 และตั้งใจให้บรรลุภายในปี 2030 เป้าหมายนี้พัฒนาขึ้นเพื่อเป็นกรอบ การพัฒนาโลกในอนาคตต่อจากเป้าหมายพัฒนาแห่งสหประชาชาติซึ่งครบอายุในปี 2015 เป้าหมาย 17 ข้อ ประกอบด้วย 1.ขจัดความยากจน 2.ขจัดความอดอยาก 3. สุขภาพและความเป็นอยู่ดี 4. การศึกษาคุณภาพ 5. ความเท่าเทียมทางเพศ 6. น้ำสะอาดและสุขาภิบาล 7. พลังงานสะอาดในราคา ที่ซื้อได้ 8. อาชีพและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดี 9. อุตสาหกรรม นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน 10. ลดความเหลื่อมล้ำ 11. นครและชุมชนยั่งยืน 12. การบริโภคและการผลิตอย่างรับผิดชอบ 13. การปฏิบัติการเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ 14.การใช้ทรัพยากรในมหาสมุทรอย่างยั่งยืน 15. การใช้ที่ดิน อย่างยั่งยืน 16. สันติภาพ ความยุติธรรม และสถาบันเข้มแข็ง 17. การร่วมมือกันเพื่อเป้าหมาย

### 5.3 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษารูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยใช้ขอบเขตเชิงประชากรแบ่งตามขั้นตอนวิจัยดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาสภาวะการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

ศึกษาสภาวะการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน และองค์ประกอบความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยเลือกจากชุมชนประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มิบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนให้มีความรู้ และเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

1.1 หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ วิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 4 กลุ่ม โดยมีตัวแทนองค์กรดังนี้

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| 1. คุณฉัตรดา เอกแก้วนำชัย  | ประธานวิสาหกิจชุมชน บ้านริมคลองโฮมสเตย์  |
| 2. คุณชาญฤทธิ์ เพิ่มทรัพย์ | นายกสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดกระบี่, ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวแหลมสัก และประธานบริษัท กระบี่โลคอล (วิสาหกิจเพื่อสังคม) |
| 3. คุณเศรษฐศักดิ์ พรหมมา   | ที่ปรึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านท่าชันทอง  |
| 4. คุณสมศักดิ์ บุญคำ       | ผู้ก่อตั้งบริษัท Local Alike   |

ศึกษาข้อมูลข้อคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่มีความรู้และประสบการณ์ความเชี่ยวชาญหลากหลายศาสตร์ ประเมินกลยุทธ์คุณลักษณะของการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.2 หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ใช้เป็น การสนทนากลุ่ม (Focus Group) คือ ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้นำชุมชนหรือเจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย ทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา สมาคมและองค์กร ผู้เกี่ยวข้องต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนา การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย จำนวน 12 ราย โดยผู้เชี่ยวชาญแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. หน่วยงานราชการและภาคเอกชน

- 1.1 ผู้อำนวยการสำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- 1.2 พัฒนาการจังหวัดขอนแก่น กรมการพัฒนาชุมชน
- 1.3 เจ้าหน้าที่พัฒนาพื้นที่พิเศษ (ฝ่ายปฏิบัติการ) องค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว (อพท.)
- 1.4 ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด การท่องเที่ยวและบริการ
2. สถาบันการศึกษา
  - 2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตรอุตสาหกรรมบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
  - 2.2 คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา
  - 2.3 รองคณบดีฝ่ายวิชาการและนวัตกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
  - 2.4 หัวหน้าสาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
3. สมาคม/องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
  - 3.1 ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี
  - 3.2 ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี
  - 3.3 ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแหลมมะขาม จังหวัดตราด
  - 3.4 ประธานกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านท่าดินแดง จังหวัดพังงา

**ขั้นตอนที่ 2** ศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เป็นการศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยกำหนดให้กลุ่มเป้าหมาย คือ วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย ที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2562 จำนวน 19 ชุมชน และปี 2563 จำนวน 58 ชุมชน รวมเป็น 77 ชุมชน โดยได้รับการรับรองจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ๆ ละ 3 คน รวมเป็นจำนวน 231 คน

**ขั้นตอนที่ 3** ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เป็นการศึกษาความสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเมินผล ถอดบทเรียนรูปแบบ และการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยกำหนดให้กลุ่มเป้าหมาย คือ วิชากิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย ที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2562 จำนวน 19 ชุมชน และปี 2563 จำนวน 58 ชุมชน รวมเป็น 77 ชุมชน โดยได้รับการรับรองจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ตัวแทนกลุ่มวิชากิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ๆ ละ 3 คน รวมเป็นจำนวน 231 คน

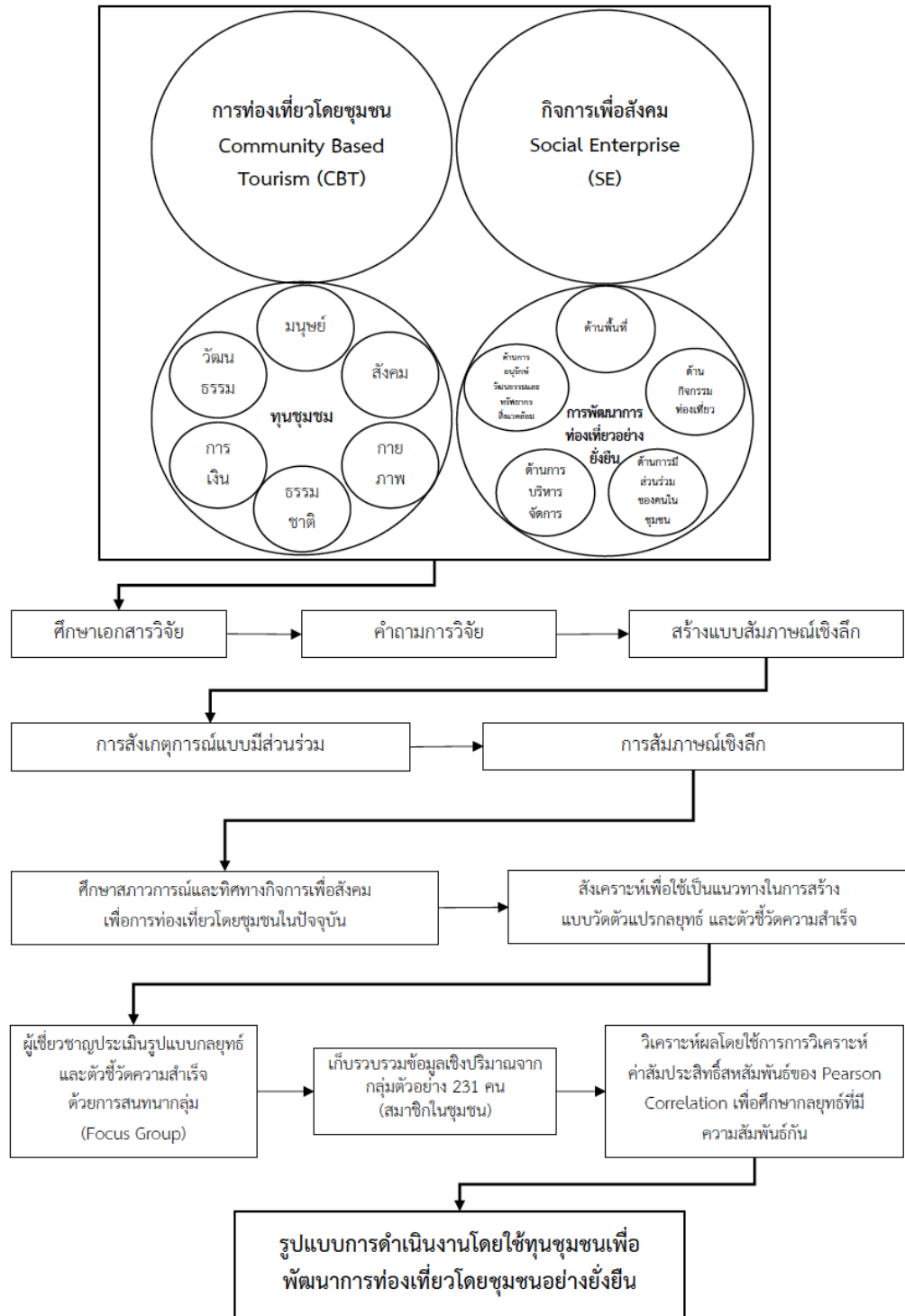
**ขั้นตอนที่ 4** เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 และข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในขั้นตอนที่ 2 และข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขั้นตอนที่ 3 แล้วนำวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

#### 5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม 2564 ถึงเดือนตุลาคม 2665 เป็นระยะเวลา 1 ปี โดยศึกษาข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Cross Section Data) ทางด้านสถานที่ ผู้วิจัยเริ่มต้นวิจัยด้วยงานวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับงานวิจัยเชิงปริมาณ และลงพื้นที่ชุมชนในประเทศไทย ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลปฐมภูมิเดือน พฤศจิกายน 2564 ถึงเดือน มีนาคม 2565

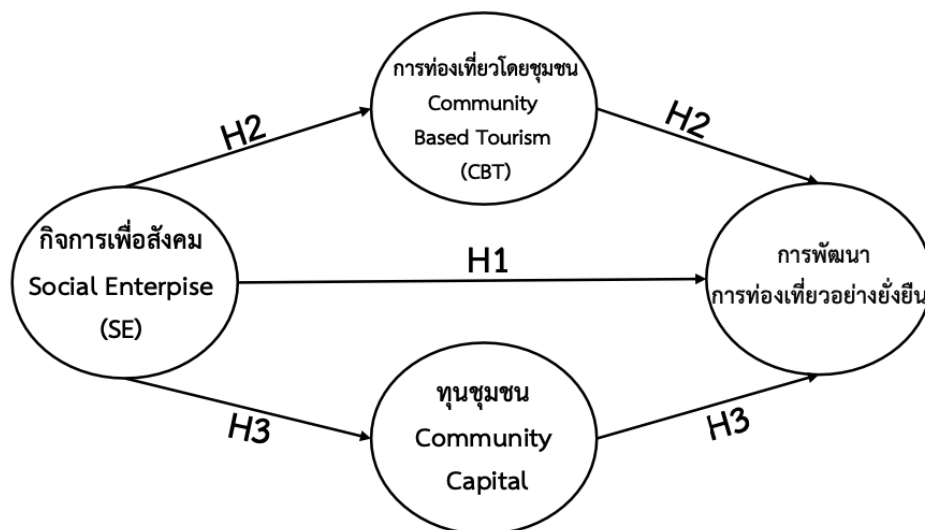
6. กรอบกระบวนการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิจัย



## 7. กรอบแนวคิดการวิจัยเชิงปริมาณ



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัยเชิงปริมาณ

## 8. นิยามศัพท์เฉพาะ

**การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism)** หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งคำนึงถึงความยั่งยืนของ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม กำหนดบริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการ การดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนชุมชนหรือนักท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**ทุนชุมชน (Community Capital)** หมายถึง สรรพสิ่งใดๆ ก็ตามที่มีอยู่ในชุมชนทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่เกิดขึ้นจากฝีมือหรือมันสมองภูมิปัญญาที่มีมูลค่าหรือคุณค่าของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม คน วัฒนธรรม ประเพณี หรือปัจจัยบริการด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ รวมถึง เงิน ที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีมูลค่าต่อการดำเนินวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันด้วย

**ทุนธรรมชาติ (Natural Capital)** หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดศักยภาพในการดำรงชีวิต และประกอบอาชีพของประชาชนในชุมชน ได้แก่

แหล่งน้ำธรรมชาติ ป่าไม้ ดิน น้ำ ภูเขา ทะเล เกษะ ถ้ำ สัตว์ป่า แร่ธาตุ พลังงาน พืชพันธุ์ธัญญาหาร เป็นต้น

**ทุนทางสังคม (Social Capital)** หมายถึง ทรัพยากรทางสังคมที่ประชาชนใช้เพื่อการดำรงชีพ รวมทั้งความไว้วางใจ การยอมรับซึ่งกันและกันของคนในชุมชนกลุ่มองค์กร เครือข่าย ภาคประชาชน ภาคประชาสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ตลอดจนความเชื่อถือศรัทธา และวัฒนธรรมที่สืบทอดมายาวนาน

**ทุนมนุษย์ (Human Capital)** หมายถึง ความรู้ความชำนาญด้านต่างๆ ของคนทุกเพศทุกวัย ได้แก่ ความรู้ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านภูมิปัญญา เช่น ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นทางการ และไม่ใชทางการ ครู พระสงฆ์ กลุ่มองค์กรต่าง ๆ เด็กสตรี เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ เด็กกำพร้า เป็นต้น รวมถึงผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจทั้งยากจน และร่ำรวย

**ทุนกายภาพ (Physical Capital)** หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์ได้สร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตหรือปัจจัยพื้นฐานในการผลิตที่สนับสนุนการดำรงชีพของประชาชน ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ระบบไฟฟ้า ประปา ระบบพลังงาน การสื่อสารโทรคมนาคม โบราณวัตถุ โบราณสถาน หรือสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เป็นต้น

**ทุนการเงิน (Financial Capital)** หมายถึง ทรัพยากรที่เป็นตัวเงินตรา รวมถึงโอกาสทางการเงินที่ประชาชนใช้เพื่อการดำรงชีพ ได้แก่ เงินบำนาญ ค่าตอบแทน เงินกองทุนต่างๆ

**ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)** หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ทุนทางวัฒนธรรมที่จับได้ เช่น โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม ผลงานศิลปะแขนงต่าง ๆ ทั้งภาพวาด ทัศนกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ วรรณกรรม เหล่านี้มักจะ วัดมูลค่าเป็นตัวเงินได้ ส่วนทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ วิถีชีวิต จารีต ประเพณี ความเชื่อ

**กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE)** หมายถึง การประกอบการในรูปแบบใหม่ที่รวมเอาวัตถุประสงค์ทางสังคมขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไรเข้าด้วยกันกับวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจ โดยดำเนินการผ่านวิธีการทางการตลาดของภาคธุรกิจที่แสวงหากำไร

**เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม** คือ การที่หน่วยงานมีเป้าหมายในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยมีการระบุวัตถุประสงค์ทางสังคม กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับประโยชน์ผลกระทบทางสังคมที่คาดหวังและมีข้อกำหนดด้วยว่ากรณีที่เป็นกิจการจำหน่ายสินค้า สินค้าส่วนใหญ่ของกิจการต้องเป็นสินค้าสุขภาพ หรือเพื่อประโยชน์ทางสังคม มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 30 หรือ กรณีที่เป็นกิจการบริการ สัดส่วนของบริการส่วนใหญ่ของกิจการต้องเป็นบริการเพื่อประโยชน์ทางสังคม มากกว่าหรือ เท่ากับร้อยละ 30

**อยู่ได้ด้วยตนเอง** คือ มีความยั่งยืนทางการเงิน มีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจ สินค้า หรือบริการ โดยมีสัดส่วนรายได้หลักมาจากการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการหรือจากการรับสัญญาดำเนินการโครงการ (commission/ contract) โดยจะต้องมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50

**ดำเนินธุรกิจให้ถูกทาง** คือ มีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีการจัดการค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเป็นธรรมต่อพนักงานและเครือข่ายกรณีที่เป็นกิจการจำหน่ายสินค้า กิจการจะต้องมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การลดใช้สารเคมีของวัตถุดิบหลักและมีการจัดการขยะและสิ่งที่เหลือจากกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ และหากเป็นการให้บริการจะต้องเป็นกิจการที่ไม่นำสู่การสร้างผลกระทบทางสังคม และสิ่งแวดล้อม

**ผลกำไรเพื่อบรรลุเป้าหมาย** คือ การนำรายได้ หรือผลกำไรที่ส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำเพื่อนำสู่โอกาสในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือขยายผลกระทบทางสังคมจัดสรรงบลงทุนซ้ำเพื่อขยายกิจการ ซึ่งมีการกำหนดมากกว่าร้อยละ 50 ของผลกำไรสุทธิที่เกิดขึ้น ได้แก่ ค่าต้นทุนสินค้าหรือบริการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (เงินเดือน ค่าใช้จ่ายสำนักงาน) ค่าเสื่อมราคา ดอกเบี้ยจ่าย (กรณีกู้ยืมเงิน) โดยไม่รวมส่วนของค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม สาธารณประโยชน์ เงินบริจาค ปันผล และกำไรสะสม และกำหนดนโยบายการปันผล รวมแล้วไม่เกินร้อยละ 30 ของผลกำไรสุทธิที่เกิดขึ้น ยกเว้นกรณีที่กิจการมีการกระจายการถือหุ้นให้กับพนักงานหรือสมาชิก (coownership)

**โปร่งใส** คือ ดำเนินงานอย่างโปร่งใส จัดทำข้อมูลการดำเนินการอย่างเป็นระบบตามมาตรฐาน ทั้งการเงินและผลการดำเนินการสามารถเปิดเผยให้ตรวจสอบได้โดยหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง

**การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)** หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าได้อย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้เป็นประโยชน์ได้ยาวนานที่สุด

**ด้านพื้นที่** คือ เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเยือน

**ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว** คือ กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

**ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน** คือ การพัฒนาการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเอง และให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ จากการท่องเที่ยว

**ด้านการบริหารจัดการ** คือ การพัฒนาธุรกิจในด้านบริการอำนวยความสะดวก โดยตรงให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ โดยยังคงความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วย

**ด้านอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรสิ่งแวดล้อม** คือ การพัฒนาและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกคนเกิดความรักความหวงแหนแทนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

## 9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### 9.1. ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

การวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่ ต่อยอด พัฒนาแนวคิด ด้านวิชาการ องค์ความรู้ในด้าน

1. ฐานความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทุนชุมชน กิจกรรมเพื่อสังคม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. องค์ความรู้ทางวิชาการ เรื่องรูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

### 9.2. ประโยชน์เชิงการจัดการ

องค์กร และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์

1. ชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบการพัฒนา และจัดการทุนชุมชนที่มีเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว

2. ชุมชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เป็นกิจกรรมเพื่อสังคม

3. ชุมชนสามารถนำองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาเป็นแนวทางในการจัดการความยั่งยืนในชุมชน

4. หน่วยงานภาครัฐสามารถนำแนวทางในการจัดการไปพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างยั่งยืนเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ที่เป็นความจริง ทั้งที่มีอยู่จริงและตีความตามประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะของความเป็นผู้เชี่ยวชาญ

โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาค้นคว้ารวบรวมแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยทั้งจากต่างประเทศและในประเทศทำให้เกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และทำนายไปสู่แนวโน้มอนาคตที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเป็นระบบ โดยมีลำดับการค้นคว้าดังนี้

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวภาพรวมในประเทศไทย
2. นโยบายด้านการท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12
3. แนวคิดเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
5. แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน
6. แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน
7. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

#### 1. สถานการณ์การท่องเที่ยวภาพรวมในประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นติดอันดับที่ 11 ของโลก ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เนื่องจากประเทศไทยมีจุดเด่น และข้อได้เปรียบหลายอย่าง เช่น ทำเลที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อธิยาศัยไมตรีของคนไทย นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวของประเทศไทย อยู่อันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลกโดยพิจารณาจากด้านที่สำคัญพบว่า ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 16 ด้านโครงสร้างพื้นฐานของคมนาคมทางอากาศอยู่อันดับที่

17 ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่อันดับที่ 34 และด้านความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ที่อันดับ 60 ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวของประเทศไทย แสดงให้เห็นถึงความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดเยี่ยมระดับโลก

การท่องเที่ยวโลกมีการเติบโต และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) พบว่าในปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่ที่ 1.2 พันล้านคน มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 6 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2553 – 2558) โดยในปัจจุบันทวีปยุโรปเป็นทวีปที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยียนมากที่สุด โดยมีส่วนแบ่งถึงร้อยละ 51 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวในทวีปเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จากสัดส่วนร้อยละ 13 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี พ.ศ. 2533 สู่ร้อยละ 23 ในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้ UNWTO คาดการณ์ว่าในอีก 20 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2578) จะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว เป็นจำนวนกว่า 2 พันล้านคน หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 3 ต่อปี โดยมีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แอฟริกา และตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จะมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23 (277 ล้านคน) เป็นร้อยละ 31 (653 ล้านคน) ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี พ.ศ. 2578 ในขณะที่สัดส่วนของทวีปยุโรปจะลดลงจากร้อยละ 51 (609 ล้านคน) สู่ร้อยละ 39

สำหรับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2564 มีแนวโน้มอยู่ที่ 5.36 แสนล้านบาท มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 71 จากปีที่ผ่านมา แต่ยังต่ำกว่าเมื่อเทียบกับปี 2562 ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 เนื่องจากมีปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญคือ เศรษฐกิจภายในประเทศที่ยังคงหดตัว จากความอ่อนแอที่มีมาตั้งแต่ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 แม้ว่าจะผ่านพ้นวิกฤต COVID-19 มาแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับเข้าสู่ระดับปกติได้เช่นเดิม ส่งผลต่อการตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยที่มีกำลังการใช้จ่ายไม่สูง ทำให้เกิดการระมัดระวังการใช้จ่ายของครัวเรือนมากขึ้น อย่างไรก็ตามปัญหาเศรษฐกิจดังกล่าว อาจไม่ได้ส่งผลมากนักต่อกลุ่มคนไทยที่อยู่นอกที่มีกำลังการใช้จ่ายสูง แต่กลุ่มนี้กลับไม่ได้ใช้จ่ายมากเท่ากับการไปเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจากราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศที่ถูก กอปรกับไม่มีแหล่งช้อปปิ้งที่ต้องการซื้อเหมือนในต่างประเทศ คาดว่าการใช้จ่ายของกลุ่มนี้จะใกล้เคียงกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในประเทศ จึงไม่ได้เป็นแรงผลักดันให้รายได้ทางการท่องเที่ยวเติบโตเท่าไรนัก

ในปี 2565 จะเป็นปีแห่งการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย มุ่งสู่การเน้นคุณค่าและความยั่งยืน มุ่งเจาะนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ เพื่อสร้างรายได้นำไปสู่การพลิกฟื้นเศรษฐกิจของประเทศ พร้อมทั้งกระจายความมั่งคั่งสู่ท้องถิ่นชุมชน สร้างความสมดุลระหว่างแหล่งท่องเที่ยว

และความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ และอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ตลอดจนสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) หรือเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy) เป็นหลัก

ภาคการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญของโลก โดยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และขยายตัวรวดเร็ว สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (WTTC) ประเมินว่าในปี พ.ศ. 2558 ภาคการเดินทางและการท่องเที่ยวมีมูลค่าประมาณ 7.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 9.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product : GDP) มีการเติบโตจากปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 6.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ กว่าร้อยละ 3 ต่อปี โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของภาคท่องเที่ยวนั้นมาจากทั้งปัจจัยโดยตรง (การใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และประชาชนในประเทศ รวมถึงกาใช้จ่ายของรัฐบาลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว) และปัจจัยโดยอ้อม (การลงทุนโดยธุรกิจและการใช้จ่ายของรัฐบาลในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง) นอกจากนี้ภาคบริการและการท่องเที่ยวยังเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญของโลกมีแรงงานสูงถึง 284 ล้านคน หรือคิดเป็น 1 ใน 11 ของการจ้างงานทั้งหมดทั่วโลกในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้ WTTC คาดการณ์ว่าในอีก 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2569) ผลิตภัณฑ์มวลรวมจากภาคของการท่องเที่ยวจะเติบโตด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3.8 ต่อปี ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั่วโลกจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 11.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ และสร้างงานกว่า 357 ล้านตำแหน่ง คิดเป็นหนึ่งใน 9 ของการจ้างงานทั่วโลก โดยภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิกจะมีการเติบโตของ GDP การท่องเที่ยวสูงที่สุดที่ร้อยละ 7.1 โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักจากประเทศอินเดีย และจีน

ในขณะเดียวกัน แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกได้สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีความสอดคล้องและตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในโลก อาทิ การเติบโตของชนชั้นกลางที่เพิ่มขีดความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยว รวมไปถึงการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำให้การเดินทางเป็นไปอย่างสะดวกด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง การเพิ่มขึ้นของประชากรสูงวัยที่ต้องการการอำนวยความสะดวกให้เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การเพิ่มขึ้นของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรงได้มากขึ้น ความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์ที่สูงขึ้นทำให้หลายประเทศได้ทำการปรับสินค้า บริการ และเส้นทางท่องเที่ยวตอบสนองต่อความต้องการ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดกลุ่มสาขาการท่องเที่ยวเติบโตใหม่มากมาย อีกหลายประเทศมาเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถตอบรับกับความต้องการที่หลากหลายด้านได้

## 2. นโยบายด้านการท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

### 2.1 แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)

#### ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและสามารถผลักดันสู่การปฏิบัติ การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้า การลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของทั้งเศรษฐกิจในภาพรวมและเศรษฐกิจฐานรากตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมี แนวทางการพัฒนา ดังนี้

#### การพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดย

1. เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิม และฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1.1. พัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง เช่น การท่องเที่ยว บริการขนส่ง และโลจิสติกส์การค้าส่งค้าปลีก อสังหาริมทรัพย์บริการก่อสร้าง ต่อเรือและซ่อมเรือ และบริการสาธารณูปโภค ธุรกิจด้านการกีฬา บริการทางการเงิน บริการสุขภาพ การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) เป็นต้น โดยส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของ ผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต พัฒนาระบบรับรอง มาตรฐานและกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล ยกย่องระดับคุณภาพให้สนองต่อความต้องการของตลาด และพัฒนายกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้เกิดความเชื่อมโยงกันทั้งภายในและระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจ รวมทั้งสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาโดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ที่เหมาะสมเพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ

1.2. ยกย่องฐานธุรกิจบริการใหม่ที่มีแนวโน้มขยายตัวและมีศักยภาพในการเติบโต อาทิธุรกิจ บริการดิจิทัล การศึกษานานาชาติธุรกิจบันเทิงและคอนเทนต์และบริการวิชาชีพให้ก้าวไปสู่บริการที่ทันสมัยมากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ เช่น กิจการ Cloud Service แอปพลิเคชันทางการเงิน การเรียนรู้ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น รวมทั้งสร้างความเชื่อมโยง



ระหว่างธุรกิจบริการที่มีศักยภาพเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่าง บูรณาการและส่งเสริมให้เกิดการแข่งขัน  
บนฐานการพัฒนาเชิงธุรกิจและกระจายผลประโยชน์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

1.3. สร้างกลไกการขับเคลื่อนภาคบริการที่เป็นเอกภาพโดยกำหนดให้มีหน่วยงาน  
เจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภาคบริการของประเทศทั้งในระดับนโยบายและระดับ  
ปฏิบัติการ บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และ  
ภาคประชาสังคม เพื่อร่วมกันสนับสนุน และส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการทั้งระบบควบคู่กับการ  
กำกับ ดูแล และติดตามประเมินผลการพัฒนาให้เป็นไปตามกรอบทิศทางและเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้  
รวมทั้งจัดตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการเพื่อทำหน้าที่ ขับเคลื่อนการพัฒนาภาคบริการใน  
ภาพรวมและธุรกิจบริการรายสาขาที่มีศักยภาพ

## 2. พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

### 2.1. ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยดำเนินการ

(1) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้  
ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อน วัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต  
ชุมชน อาทิการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งจะเป็นการ กระจายรายได้ไปสู่คนใน  
ชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีด  
ความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศเพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยวไทย ตลอดจนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้เป็นแหล่ง  
ท่องเที่ยวใหม่ที่ดึงดูด นักท่องเที่ยวคุณภาพจากทั่วโลก

(2) พัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่ เชื่อมโยงกับกิจกรรม  
การท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด อาทิ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ  
การท่องเที่ยว เชิงเกษตร การท่องเที่ยวทางทะเล การท่องเที่ยวสีเขียว การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและ  
วัฒนธรรม การท่องเที่ยว เพื่อการประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยว  
กลุ่มมุสลิม

(3) ฟื้นฟูความเชื่อมั่น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยในสายตาโลก

(4) ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุก ในตลาดเป้าหมายทั้งตลาด  
ศักยภาพเดิมและตลาดใหม่ โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมการ  
ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เกิดความคุ้มค่าต่อประสบการณ์มากกว่าการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน รวมทั้ง  
สนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเพื่อลดการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศ

(5) พัฒนาทักษะฝีมือบุคลากรในภาคบริการและการท่องเที่ยวจัดฝึกอบรมมีคุณศัพท์ภาษาต่างประเทศทั่วประเทศ และ

(6) พัฒนา ระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดความเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่ายทั้ง ทางบก ทางน้ำและทางอากาศ

2.2. ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย จัดทำและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว โดย

(1) เร่งปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการสำหรับอนาคต โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการหลักการและการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อให้สามารถนำไปสู่การอำนวยความสะดวกและการพัฒนาภาคการผลิตและบริการได้ตรงตามทิศทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) ทบทวน ปรับปรุง และพัฒนามาตรฐาน กฎ ระเบียบ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา ธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวของประเทศให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์และการจัดทำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่สากล

(3) ส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ตามสิทธิที่พึงมีพึงได้ของบุคคล

2.3. ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นกลไกในการบริหารจัดการ และกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้เติบโตอย่างสมดุล และยั่งยืน รวมทั้งกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม

## **แผนงานและโครงการสำคัญ**

### **ภาคบริการและการท่องเที่ยว**

#### **แผนงานส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ**

1. สาระสำคัญ ภาคบริการมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนไทย โดยในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ภาคบริการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากการขยายตัวของรายได้ภาคบริการที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว และมีธุรกิจบริการหลายสาขาที่เติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อาทิ ธุรกิจ บริการทางการเงิน การบริการสุขภาพ การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) การศึกษานานาชาติธุรกิจ ภาพยนตร์ธุรกิจบริการดิจิทัล และธุรกิจบริการขนส่งและโลจิสติกส์ซึ่งเป็นผลจากการที่ธุรกิจบริการสามารถตอบสนองต่อความ

ต้องการของตลาด ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการแข่งขัน ทำให้ธุรกิจ บริการ สาขาดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ด้วยเหตุนี้การส่งเสริม และ สนับสนุนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพจึงมีความสำคัญเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับผู้ประกอบการเพื่อให้ สามารถแข่งขันได้ในบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต และมีศักยภาพในการขยาย ตลาดไปสู่ประเทศคู่ค้า และตลาดศักยภาพใหม่ที่สำคัญของไทย

2. หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงคมนาคม และสำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

3. กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

### **แผนงานพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรองของประเทศ**

1. สำคัญ การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 สะท้อนให้เห็นจากรายได้การท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญหรือ โดยเฉลี่ย 25.9 ล้านคนในระหว่าง พ.ศ. 2551– 2558 ซึ่งส่งผลดีต่อ ระบบเศรษฐกิจของประเทศและเป็น ประโยชน์ต่อการจ้างงานในภาคบริการเกี่ยวเนื่อง อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวทั้งในแง่ของสิ่งแวดล้อม ระบบ นิเวศและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยังขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวหลักที่ได้รับ ความนิยมและแหล่งท่องเที่ยวรองที่เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เกิดความเสื่อมโทรม อย่างรวดเร็วจาก การเติบโตที่ขาดความตระหนักถึงความสมดุลระหว่างแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและประชาชน ใน พื้นที่ ด้วยเหตุนี้การจัดทำแผนพัฒนาเพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลักและรองจึงเป็นมาตรการสำคัญ เพื่อธำรงรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตานักท่องเที่ยวผ่านความสวยงาม และอุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถให้เพียงพอต่อการรองรับ นักท่องเที่ยวในระยะยาว

2. หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

3. กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

## แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวรายสาขา อาทิการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางน้ำและทางรถไฟ

1. สาระสำคัญ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความแตกต่าง หลากหลายตามพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว รวมทั้งกระแสมโนมของสังคม ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่จึงได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น อาทิการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นำการนวดแผนไทยและสปาเป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในส่วนของกิจกรรมประเพณีตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ด้วยความแตกต่างของ รูปแบบกิจกรรมและปัจจัยสนับสนุนของการท่องเที่ยวแต่ละรายสาขา จึงมีความจำเป็นต่อการจัดทำแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เกิด ความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวรายสาขาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

2. หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงคมนาคม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองท้องถิ่น ตลอดจนภารกิจของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวรายสาขาอื่นๆ ที่น่าสนใจ

3. กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

### แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

1. สาระสำคัญ รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงกลุ่มพื้นที่และเมืองรองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว จึงได้ออกกฎกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 5 เขต ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่าง การดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวในอีก 3 เขต ประกอบด้วย เขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตมรดกโลกด้านวัฒนธรรม และเขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขตจะครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยวที่สำคัญทั่วประเทศ ซึ่งการจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจะเป็นแนวทางกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ และส่งเสริมการเชื่อมโยงเส้นทางระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองรองเพิ่มขึ้น

2. หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น

3. กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

### **แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้น**

1. สาระสำคัญ การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีขีดความสามารถในการรองรับที่จำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติด้วยเหตุนี้การส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้น ดังนั้น ควรจัดทำแผนพัฒนาที่กำหนดแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยว และเกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจต่อชุมชนท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

2. หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3. กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

### **โครงการศึกษาแนวทางการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้เป็นไปตามขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ (Carrying Capacity)**

1. สาระสำคัญ แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากที่อยู่ในพื้นที่เชิงอนุรักษ์กำลังประสบปัญหาจากความแออัดของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อาทิปัญหาการปนเปื้อนน้ำจากเรือโดยสาร ปัญหาการจัดการขยะจำนวนมาก หรือแม้แต่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ซึ่งยากต่อการฟื้นฟูในระยะเวลานาน ดังนั้น มาตรการที่จำเป็นในเบื้องต้นคือการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศจึงควรจัดทำโครงการศึกษาเพื่อประเมินความเหมาะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ รวมทั้งส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและจิตสำนึกต่อส่วนร่วม

2. หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

3. กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

### **แผนงานพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ**

1. สาระสำคัญ เพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยวภาครัฐมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว

2. หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3. กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

**ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน**

**แนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและสามารถผลักดันสู่การปฏิบัติ**

**การรักษาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติสร้างสมดุลของการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนและเป็นธรรม**

1. อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้เพื่อสร้างสมดุลธรรมชาติปกป้องและฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม หักยัดการทำลายป่าเพื่อรักษาพื้นที่ป่าไม้ 102.3 ล้านไร่ให้คงอยู่ โดยสนธิกำลังของทุกภาคส่วนนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ บังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม เร่งรัดดำเนินการแก้ไขปัญหาการทับซ้อนแนวเขตที่ดินของรัฐ โดยใช้หลักเกณฑ์การปรับปรุงแผนที่แนวเขตที่ดินของรัฐแบบบูรณาการ (One Map) ให้แล้วเสร็จเป็นรูปธรรมโดยเร็ว สนับสนุนการปลูกและฟื้นฟูป่าไม้ตามแนวพระราชดำริ “ปลูกป่าปลูกคน” โดยประยุกต์ความสำเร็จจากโครงการของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์ในการปลูกป่าและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนไปพร้อมกัน ส่งเสริมการปลูกฟื้นฟูป่าในพื้นที่ว่างของรัฐ ตามแนวกันชนและการเชื่อมต่อผืนป่า ส่งเสริมสนับสนุนการจัดการป่าชุมชน และป่าครัวเรือน ผลักดันกฎหมายเกี่ยวกับป่าชุมชน สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและดูแลผืนป่า เพิ่มพื้นที่ป่าเศรษฐกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร้อยละ 15 ของพื้นที่ประเทศไทย โดยส่งเสริมให้มีการปลูกไม้มีค่าทางเศรษฐกิจระยะยาว เช่น ไม้สัก ไม้มะค่า และไม้พะยุง โดยปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชน ภาคประชาชนและเกษตรกรรายย่อยในการปลูกไม้มีค่าทางเศรษฐกิจระยะยาว อาทิ ไม้สัก ไม้มะค่า และไม้พะยุง หรือปรับเปลี่ยนจากการปลูกไม้เศรษฐกิจ ระยะสั้นมาเป็นไม้มีค่าระยะยาว จัดตั้งตลาดกลางค้าไม้พัฒนาระบบโลจิสติกส์ในการค้าและขนส่งไม้สนับสนุนกลไกทางการเงินเพื่อการปลูกป่า อาทิ การออกพันธบัตรป่าไม้ธนาคารต้นไม้หรือกองทุนส่งเสริมการปลูกป่า ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา การปลูกพืชแซมในสวนป่า การทำวนเกษตร เพื่อสร้างรายได้ให้เกษตรกรระหว่างที่ไม้ยังไม่เติบโตและส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากไม้รวมทั้งพัฒนาสนับสนุนแนวทางการ สร้างรายได้จากการอนุรักษ์อันทิการพัฒนาระบบการจัดการพื้นที่อนุรักษ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือพัฒนาท่องเที่ยวของชุมชนที่มีบทบาทโดดเด่นด้านการอนุรักษ์

3. ปกป้องทรัพยากรทางทะเลและป้องกันการกัดเซาะตลิ่งและชายฝั่ง พัฒนาพื้นที่ชายฝั่งโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนระยะยาวลดความขัดแย้งเชิงนโยบาย

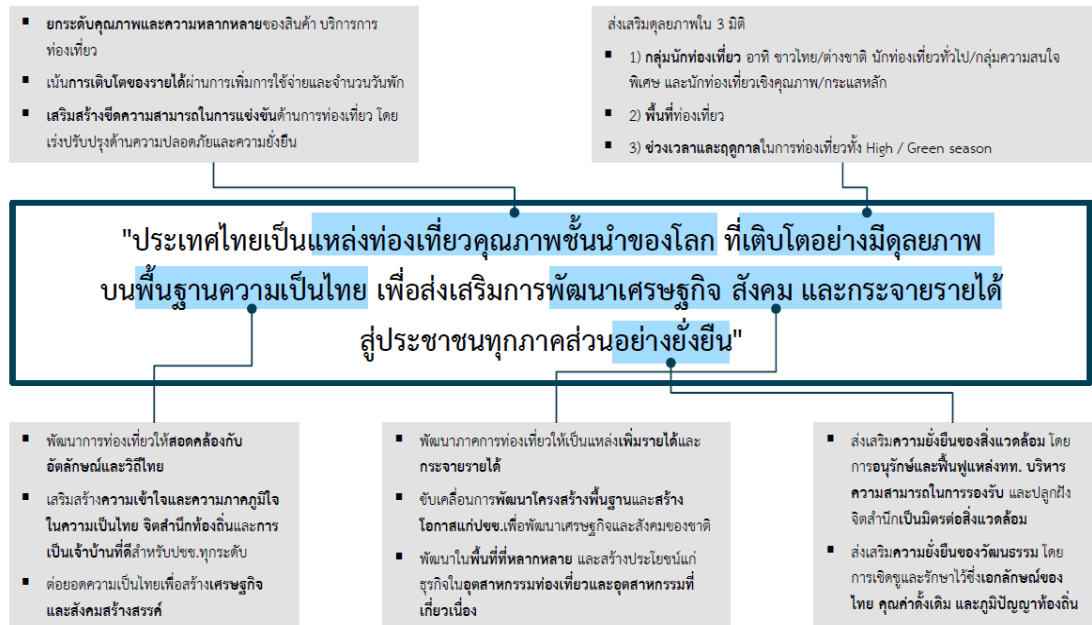
ระหว่างการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การท่องเที่ยว การประมง และวิถีชีวิตของชุมชน โดยการจำแนกแนวเขตการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทะเลและชายฝั่ง ที่ผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็น ตัดสินใจ และจัดการร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้อง พัฒนาระบบบริหารจัดการ และการจัดเก็บรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ทางทะเล หมู่เกาะ และชายหาด เพื่อนำมาใช้ในการอนุรักษ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติให้คงความสมบูรณ์และสวยงามตลอดไป ปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติทางทะเล กำหนดพื้นที่คุ้มครองทางทะเลและชายฝั่ง กำหนดมาตรการควบคุมการจับสัตว์น้ำ ห้ามการจับสัตว์น้ำวัยอ่อน ควบคุมเครื่องมือทำประมงที่ผิดกฎหมายคุ้มครองประมงพื้นบ้าน รวมทั้งแก้ไขปัญหาการกัดเซาะตลิ่งริมแม่น้ำและชายฝั่ง โดยคำนึงถึงพลวัตการเปลี่ยนแปลงของระบบชายหาด ใช้แนวคิดการจัดการระบบกลุ่มหาด (Littoral Cell) โดยจำแนกชายหาดตามลักษณะธรณีสัณฐาน และออกแบบระบบป้องกันและการลดพลังงานคลื่นลมอย่างบูรณาการภายในกลุ่มหาดนั้น เพื่อมิให้การก่อสร้างในพื้นที่ชายฝั่งส่งผลกระทบต่อพื้นที่ข้างเคียง แก้ไขปัญหาวิกฤตสิ่งแวดล้อมด้วยการเร่งรัดการควบคุมมลพิษทั้งทางอากาศ ขยะ น้ำเสีย และของเสีย อันตรายที่เกิดจากการผลิตและบริโภค สร้างเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือเมืองสีเขียว เพื่อสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับประชาชน โดยมีแนวทางดำเนินงาน ดังนี้ปรับปรุงกฎหมายและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมืองเพื่อรองรับการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จัดทำผังเมืองที่คำนึงถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ปรับปรุงเทศบัญญัติ ท้องถิ่นรวมทั้งการปรับปรุงกฎหมายควบคุมอาคาร เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตาม มาตรฐานการใช้พลังงานในอาคาร และมีการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สนับสนุนมาตรการกำหนดฉลากแสดงประสิทธิภาพการใช้พลังงานกับอุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีความต้านทานภัยพิบัติตลอดจนขยายผลการพัฒนาเมืองสีเขียวในมิติต่างๆ ที่ดำเนินการ อยู่แล้ว ในลักษณะนำร่อง อาทิเมืองน่าอยู่ เมืองคาร์บอนต่ำ เมืองอัจฉริยะ เมืองอุตสาหกรรมนิเวศ เมืองเกษตรสีเขียว หรือเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งรูปแบบเมืองสีเขียวที่กล่าวถึงนี้จะช่วยสร้างความพร้อมและพัฒนาศักยภาพของ เมืองให้พัฒนาสู่มาตรฐานของเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้แนวคิดตลอดวัฏจักรชีวิต ดังนี้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของไทยสู่สากล โดยควบคุมการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเหมาะสม พัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะระบบการจัดการขยะมูลฝอยและบำบัดน้ำเสีย ปรับใช้มาตรการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบนิเวศเปราะบาง พัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ทางทะเล

หมู่เกาะ รวมทั้งอุทยานแห่งชาติให้เหมาะสมสำหรับใช้ในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างยั่งยืน ส่งเสริมแนวคิดการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์ โดยพัฒนาขีดความสามารถและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวธรรมชาติกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการสืบทอดอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ชีวภาพของท้องถิ่นด้วย

## 2.2 ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ และมีความสามารถที่จะกระจายรายได้สู่ประชาชนในทุกภาคส่วน หลายหน่วยงานจึงต้องบูรณาการกันเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อให้การพัฒนามีความสอดคล้อง และมีทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ระดับประเทศ เช่น แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 รวมถึงระดับนานาชาติ เช่น แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (พ.ศ. 2559-2568) แผนการตลาดการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (พ.ศ. 2558-2563) กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศอื่นๆ เช่น CLMVT (กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม ไทย) จากนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นที่มาสู่แนวคิดหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะ 20 ปี โดยมีกรอบแนวคิดหลักในเรื่องการส่งเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ของประเทศ การวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ และกระจายความเจริญสู่ประชาชน โดยมุ่งเน้นการเชิดชูอัตลักษณ์ และวัฒนธรรมไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ และมีเป้าหมายในการพัฒนา ยกระดับประเทศให้เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน ทั้งยังมีประเด็นในเรื่องของการยกระดับสินค้าและบริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาบุคลากรและการมีส่วนร่วมของประชาชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว นำไปสู่วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ที่มุ่งส่งเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนของประเทศไทย ผ่านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลกและสอดคล้องกับศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่โดดเด่นและมีคุณภาพระดับโลก เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถเป็นแหล่งสร้างและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ภายใต้วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ที่ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานของความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”





ภาพที่ 3 องค์ประกอบหลักของวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579

ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ระยะ 20 ปี ที่ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานของความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” จึงมีการวางแนวทางการพัฒนา ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อวางรากฐาน และแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตโดยได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

#### ความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ได้มีนักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมาย คำว่า กิจการเพื่อสังคม/วิสาหกิจเพื่อสังคม ไว้หลายท่านดังนี้

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise หรือ SE) ประกอบด้วย Enterprise คือ การประกอบการ หรือ “วิสาหกิจ” กับคำว่า Social คือ “สังคม” และเมื่อนำทั้งสองคำมารวมกัน จะได้คำใหม่ว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” คือ การประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งถือเป็นคำเดียวกับ “กิจการเพื่อสังคม” โดย “วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ กิจการเพื่อสังคม” นั้นมีจุดเริ่มต้นมาจากการพัฒนาในช่วงปลายทศวรรษที่ 1970 เพื่อรับมือกับการทำธุรกิจในแบบดั้งเดิมที่มุ่งเน้นแต่เพียงการทำธุรกิจเพื่อผลประโยชน์และกำไรสูงสุดแก่ผู้ประกอบการ ซึ่งวิสาหกิจ เพื่อสังคมเป็นรูปแบบการดำเนินงานที่ภาคเอกชนและภาคส่วนของอาสาสมัครมาเจอกันเพื่อหาความสมดุลในการดำเนินการที่จะสามารถบริหารจัดการผลประโยชน์เข้ากับเป้าหมายของสังคมได้ มีผู้นิยามและความหมายของคำว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อซึ่งมีการนิยามความหมายต่าง ๆ ดังนี้

สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ให้คำจำกัดความ “กิจการเพื่อสังคม” คือ กิจการที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกการบริหารจัดการที่ดีของภาคธุรกิจมาบวกกับความรู้และนวัตกรรมสังคมมีความยั่งยืนทางการเงินจากรายได้หลักที่มาจากสินค้าหรือบริการโดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาคและนำผลกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้น

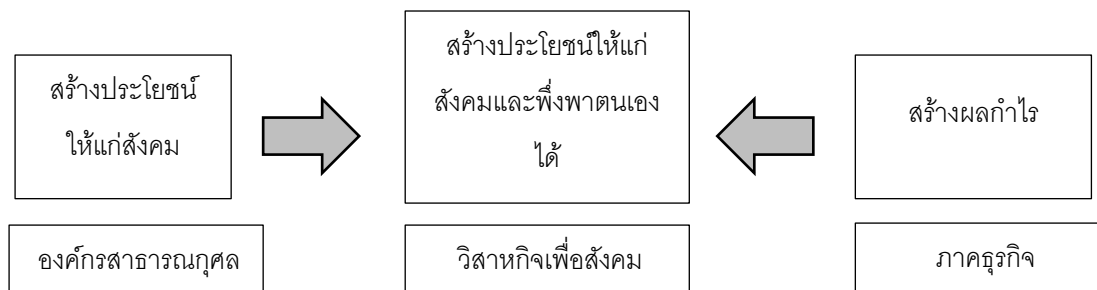
แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553 – 2557 ได้นิยามคำว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม / กิจการเพื่อสังคม ไว้ว่า เป็นกิจการที่มีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้าและ/หรือการให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจน ตั้งแต่แรกเริ่มหรือมีการกำหนดเพิ่มเติมหรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น

พระราชกฤษฎีกาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ความหมายของ “วิสาหกิจเพื่อสังคม” หมายความว่า ถึงบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการขายสินค้า หรือการให้บริการ โดยมุ่งส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นที่วิสาหกิจเพื่อสังคมตั้งอยู่ หรือมีเป้าหมายในการจัดตั้ง ตั้งแต่แรกเริ่มในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้น หรือ ผู้เป็นหุ้นส่วน และนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบไปลงทุนในกิจการของตนเอง หรือใช้เพื่อประโยชน์ ของเกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น ๆ ตามที่รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการคลังประกาศ กำหนด

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) คือ การประกอบการรูปแบบใหม่ที่รวมเอา วัตถุประสงค์ทางสังคมของภาคที่ไม่แสวงหากำไรเข้าด้วยกันกับวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจ โดยดำเนินการ ผ่านวิธีการทางการตลาดของภาคธุรกิจที่แสวงหากำไร (Lepoutre J. Justo R. Terjesen S. Bosma N, 2013) ปัจจุบันแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในฐานะที่เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการลดปัญหาสังคมและปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยเชื่อว่าการดำเนินการตามแนวทางนี้เป็นนวัตกรรมทางสังคมที่สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของคน นำไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจน ความหิวโหยรวมถึงความไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งยังมีมากในสังคมปัจจุบัน (Yunus, 2007) นับตั้งแต่ Muhammad Yunus เผยแพร่แนวคิดที่เขาเรียกว่า Social Business ในต้นทศวรรษที่ 1980 ความสนใจเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมได้แผ่ขยายอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อวิชาการและนักพัฒนาสังคมอย่างมีนัยสำคัญ (Robinson J A Mair J & Hockerts K (Ed), 2009)

วิสาหกิจเพื่อสังคม คือ องค์กรที่มีการดำเนินงานมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์สำคัญ 3 ประการ (Triple Bottom Line) ได้แก่ กำไรหรือเศรษฐกิจ คนหรือสังคมและโลกหรือสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมกัน กล่าวได้ว่าเป็นการดำเนินงานที่คำนึงถึงผลกำไร ผลตอบแทนทางธุรกิจ แต่ก็ยังคงผสมผสานความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลดีในระยะยาว (Elkington, 1994) โดยนัยนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคมจึงมีลักษณะเป็นองค์กรแบบผสมผสานที่อยู่ตรงกลางระหว่างองค์กรที่แสวงหาผลกำไรและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับสังคมให้เป็นไปอย่างที่ยั่งยืน โดยอาศัย ทักษะ นวัตกรรม และวิธีการแก้ปัญหาเชิงการประกอบการทางธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่องค์กร (Alter, 2007)

จากความหมายต่าง ๆ ที่ได้มีการนิยามและกล่าวถึง Social Enterprise หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม/กิจการเพื่อสังคม สรุปความหมายของ กิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่มีเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม และยังสามารถมีกำไรจากการดำเนินกิจการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาทางสังคมโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม มีการดำเนินการทางการเงิน อาจจะเป็นการทำธุรกิจด้านสินค้า หรือบริการ หรืออาจเป็นการระดมทุน ซึ่งการลงทุนเหล่านี้มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานเพื่อสังคมเป็นหลักมากกว่าที่จะเน้นเรื่องผลประโยชน์และกำไรที่จะได้รับเป็นการดำเนินงานที่เปรียบเสมือนการมาเจอกัน ณ กึ่งกลางของความสมดุล ระหว่างองค์กรสาธารณะกุศลที่สร้างประโยชน์แก่สังคมกับภาคธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างผลกำไรเป็นหลัก ดังนั้นการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นการผนวกรวมวัตถุประสงค์ที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมกับการที่สังคมจะสามารถหารายได้และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ดังแผนภาพ



ภาพที่ 4 แสดงให้เห็นว่าเป็นการผสมผสานกันขององค์การสาธารณกุศลกับภาคเอกชน

เมื่อทำการผนวกรวมจนเกิดเป็นรูปแบบการดำเนินการกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อชุมชน เป้าหมายของธุรกิจที่เกิดขึ้นจะเป็นการนำผลกำไรจากการประกอบกิจการไปสร้างประโยชน์แก่สังคม และจัดสวัสดิการให้ผู้ด้อยโอกาส เช่น การสาธารณสุข ที่พักอาศัย บริการทางการเงิน โภชนาการสำหรับเด็กที่ขาดสารอาหาร บริการน้ำดื่ม ไฟฟ้าชุมชน และดูแลปัญหาสิ่งแวดล้อมของชุมชน เป็นต้น

ตารางที่ 1 แสดงความแตกต่างของการดำเนินการที่หวังผลกำไรและมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคม

| กิจกรรมเพื่อสังคม<br>(Corporate Social Responsibility)             | ธุรกิจเพื่อสังคม<br>(Social Business)  | วิสาหกิจเพื่อสังคม<br>(Social Enterprise)  |
|--|--|--|
| รับผิดชอบต่อสังคม ภายหลังจากที่ ธุรกิจมีความมั่นคงในระดับหนึ่งแล้ว | ทำธุรกิจและแสวงหากำไร มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาสังคม เป็นวัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้งองค์กร | องค์กรที่แสวงหากำไรหรือไม่ก็ได้ แต่หากมีกำไรจะนำกำไรนั้น ไปขยายหรือลงทุนในกิจกรรม เพื่อสังคมต่อหรือแบ่งปันให้ เจ้าของได้ในส่วนน้อย |

#### คุณลักษณะของกิจการเพื่อสังคม

คุณลักษณะสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมคือเป็นกิจการที่ตอบสนองพันธกิจทางสังคม และสิ่งแวดล้อมโดยใช้รูปแบบของธุรกิจในการดำเนินงานและสร้างรายได้ ผลกำไรที่ได้จากการ

ดำเนินงานจะถูกนำไปใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทั้งทางธุรกิจและการแก้ไขปัญหาสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่ผู้ด้อยโอกาส อีกทั้งยังมุ่งลดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงการดำรงชีพของพวกเขา (Alter, 2007) สำหรับในประเทศไทย รัฐบาลยังมีแนวนโยบายที่จะส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีธรรมาภิบาลในกระบวนการบริหารจัดการด้วย (Secretariat of the House of Representatives, 2015)

ในประเทศไทยมีการผลักดันและส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมเพื่อเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญที่จะช่วยพัฒนาสังคมเกี่ยวกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม โดยลดการพึ่งพิงและเรียกร้องความช่วยเหลือจากรัฐบาล ซึ่งคุณลักษณะของ กิจการเพื่อสังคมของประเทศไทย มีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ดังนี้



ภาพที่ 5 แสดงคุณลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม/กิจการเพื่อสังคม

คุณลักษณะที่ 1 : มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม คือ การที่หน่วยงานมีเป้าหมายในการดำเนินการเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยมีการระบุถึงวัตถุประสงค์ทางสังคมกลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับประโยชน์ผลกระทบทางสังคมที่คาดหวังและมีข้อกำหนดด้วยว่ากรณีที่เป็นกิจการจำหน่ายสินค้า สินค้าส่วนใหญ่ของกิจการต้องเป็นสินค้าสุขภาพ หรือเพื่อประโยชน์ทางสังคมมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 30 หรือ กรณีที่เป็นกิจการบริการ สัดส่วนของบริการส่วนใหญ่ของกิจการต้องเป็นบริการเพื่อประโยชน์ทางสังคม มากกว่าหรือ เท่ากับร้อยละ 30

คุณลักษณะที่ 2 : มีความยั่งยืนทางการเงิน มีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจสินค้า หรือบริการ โดยมีสัดส่วนรายได้หลักมาจากการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการหรือจากการรับสัญญาดำเนินการโครงการ (commission/ contract) โดยจะต้องมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50

คุณลักษณะที่ 3 : มีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีการจัดการค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเป็นธรรมต่อพนักงานและเครือข่ายกรณีที่เป็นกิจการจำหน่ายสินค้า กิจการจะต้องมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การลดใช้สารเคมีของวัตถุดิบหลักและมีการจัดการขยะและสิ่งที่เหลือจากกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ และหากเป็นการให้บริการจะต้องเป็นกิจการที่ไม่นำสู่การสร้างผลกระทบทางสังคม และสิ่งแวดล้อมใน

คุณลักษณะที่ 4 : มีการนำรายได้ หรือผลกำไรที่ส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำเพื่อนำสู่โอกาสในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือขยายผลกระทบทางสังคมจัดสรรงบลงทุนซ้ำเพื่อขยายกิจการ ซึ่งมีการกำหนดมากกว่าร้อยละ 50 ของผลกำไรสุทธิที่เกิดขึ้น ได้แก่ ค่าต้นทุนสินค้าหรือบริการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (เงินเดือน ค่าใช้จ่ายสำนักงาน) ค่าเสื่อมราคา ดอกเบี้ยจ่าย (กรณีกู้ยืมเงิน) โดยไม่รวมส่วนของค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม สาธารณประโยชน์ เงินบริจาค ปันผล และกำไรสะสม และกำหนดนโยบายการปันผล รวมแล้วไม่เกินร้อยละ 30 ของผลกำไรสุทธิที่เกิดขึ้น ยกเว้นกรณีที่กิจการมีการกระจายการถือหุ้นให้กับพนักงานหรือสมาชิก (coownership)

คุณลักษณะที่ 5 : ดำเนินการอย่างโปร่งใส จัดทำข้อมูลการดำเนินการอย่างเป็นระบบมาตรฐาน ทั้งในด้านการเงินและผลการดำเนินการสามารถเปิดเผยให้ตรวจสอบได้โดยหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง

แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมก็ยังคงอาศัยความร่วมมือจากหลายๆ ภาคส่วนดังที่ วิภากรณ์ ชัยรัตน์ (2560) ได้สรุป รูปแบบโครงการสานพลังประชารัฐที่อาศัยความร่วมมือจาก 5 ภาคส่วน ได้แก่ รัฐ เอกชน วิชาการ ประชาสังคม และประชาชนเป็นรูปแบบที่เหมาะสมในการลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการขับเคลื่อนผ่าน บริษัทประชารัฐรักสามัคคี สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ อมรา วีระวัฒน์ (2560) สรุปความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองมรดกโลกขึ้นอยู่กับการบูรณาการการทำงานของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในส่วนของการบังคับใช้กฎหมายควรมีความยุติธรรมและยืดหยุ่นเหมาะสมแก่บริบทของสถานการณ์ในพื้นที่ และถึงแม้การดำเนินการด้านระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศนั้นมีความสำคัญและจำเป็นต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พื้นที่มรดกโลก ควรมีการอบรมการใช้งานระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว มีการตรวจสอบข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือเผยแพร่ผ่านระบบสารสนเทศ

### ลักษณะของกิจการเพื่อสังคม

1. ดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม และมีแนวทางการหารายได้ด้วยตนเองเพื่อหล่อเลี้ยงการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยที่มาของรายได้สามารถอยู่ในรูปแบบการขาย

ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ การระดมทุนโดยให้ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน จนถึงการขอรับบริจาค หรือ การสนับสนุนทางการเงินแบบให้เปล่าเหมือนองค์การสาธารณประโยชน์

2. เน้นการใช้นวัตกรรมเพื่อแก้ไข ปัญหา นั่นคือการคิดค้นวิธีการใหม่ๆ ที่สามารถ แก้ปัญหาที่เป็นเป้าหมายของการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้ผลยั่งยืนและสามารถต่อยอด ผลลัพธ์ได้

3. การดำเนินงานโดยอาศัยความร่วมมืออย่างกว้างขวางเพื่อใช้ศักยภาพเฉพาะทางของ หน่วยงานต่างๆ ในเครือข่ายเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน

### ประเภทของกิจการเพื่อสังคม

วิสาหกิจเพื่อสังคมมีหลายรูปแบบ โดยนักวิชาการแนวหน้าผู้บุกเบิกงานด้านนี้ อย่าง ศาสตราจารย์ Muhammad Yunus ได้แบ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. ธุรกิจที่เน้นการสร้างประโยชน์ โดยตรงให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการแก้ปัญหา โดย เน้นไปที่การผลิตสินค้ามาจำหน่ายในราคาต่ำ

2. ธุรกิจที่กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นคนยากจนร่วมกันเป็นเจ้าของ ดังนั้นจึงสามารถสร้างผล กำไรได้อย่างเต็มที่ (Yunus, 2007)

ในขณะที่ (Alter, 2007) ได้แบ่งโดยใช้เกณฑ์ 2 เกณฑ์ ได้แก่ 1. เกณฑ์การมุ่งพันธกิจ และ 2. เกณฑ์ระดับของกิจกรรมทางสังคมและโครงการทางธุรกิจ หากแบ่งโดยใช้เกณฑ์การมุ่งพันธ กิจ มี 3 รูปแบบ คือ

1. Mission - centric Social Enterprise เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มุ่งพันธกิจทางสังคม เป็นหลัก สามารถหารายได้ด้วยตนเอง และนำไปดำเนินการให้บรรลุพันธกิจนี้

2. Mission - related Social Enterprise เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับ พันธกิจขององค์กรหลัก มีการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อสนับสนุนโครงการทางสังคมขององค์กร และ

3. Unrelated to Mission Social Enterprise เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มุ่งพันธกิจด้าน การสร้างกำไรเป็นหลัก โดยที่พันธกิจทางสังคมถูกแยกออกมาโดยไม่เกี่ยวข้องกับพันธกิจองค์กรหลัก

ในขณะที่การแบ่งโดยใช้เกณฑ์ระดับของกิจกรรมทางสังคมและ โครงการทางธุรกิจ สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. Embedded Social Enterprise เป็นวิสาหกิจ เพื่อสังคมที่การดำเนินธุรกิจของ องค์กรและกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นสิ่งเดียวกัน

2. Integrated Social Enterprise เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่การดำเนินธุรกิจของ องค์กรและกิจกรรมเพื่อสังคมมีส่วนทับซ้อนกันอยู่บางส่วน ซึ่งมักจะเป็นการแบ่งปันต้นทุนและ

ทรัพย์สินระหว่างกิจกรรมทางธุรกิจกับโครงการด้านสังคม ในลักษณะของการทำงานร่วมกัน เพิ่มคุณค่าให้กันและกัน

3. External Social Enterprise เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่พันธกิจเพื่อสังคมแยกกันกับกิจกรรมเชิงธุรกิจขององค์กร ซึ่งมักจะพบในองค์กรไม่แสวงหากำไรที่มักจะสร้างกิจการธุรกิจขึ้นมาเพื่อจัดหาเงินทุนให้แก่องค์กร

ในประเทศไทย Thai Social Enterprise Office (2010) ได้แบ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็น 6 ประเภทตามกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่ก่อตั้ง ได้แก่

1. ตั้งขึ้นโดยเครือข่ายและองค์กรชุมชน มีการจัดตั้ง การบริหารจัดการและดำเนินกิจการโดยคนในชุมชน
2. ตั้งขึ้นโดยองค์การสาธารณประโยชน์ เพื่อสร้างรายได้ มาเป็นเงินทุนในการดำเนินงานขององค์กร และเพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากเงินบริจาคและเงินให้เปล่า จากองค์กรภายนอก
3. ตั้งขึ้นโดยหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับนโยบายการกระจายอำนาจไปสู่ท้องถิ่น
4. ตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่ ที่มีความสนใจในธุรกิจที่ สามารถสร้างผลกำไรและมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม
5. ตั้งขึ้นโดยธุรกิจเอกชนหรือเกิดจากกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR) ที่พัฒนาให้เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
6. ประเภทอื่น ๆ

นอกจากนั้น Thai Social Enterprise Office (2016) ยังได้จัดกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมตามรูปแบบของธุรกิจ แบ่งเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่

1. Plough - back - profit Model เป็นรูปแบบที่ทำธุรกิจ เพื่อแสวงหาผลกำไรโดยผ่านตัวกิจการ สินค้าและบริการ แล้วนำผลกำไรที่ได้เกือบทั้งหมดไปบริจาค หรือใช้ในกิจกรรมที่สร้างผลกระทบทางสังคมเชิงบวก
2. Cross - subsidy Model เป็นรูปแบบที่ทำการ จำหน่ายสินค้าในราคาตลาด แล้วนำผลกำไรไปสมทบทุนเพื่อบริจาคหรือลดราคาสินค้าและบริการ ลักษณะเดียวกันหรือคล้ายกันไปจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์ในราคาตามกำลังซื้อ
3. Work Integration Model เป็นรูปแบบที่มีการจ้างงานหรือการสร้างโอกาสในการจ้างงานหรือสร้างโอกาสให้กับ ผู้ด้อยโอกาสหรือผู้พิการในองค์กรที่จำหน่ายและหรือผลิตสินค้าและบริการในตลาดปกติ



4. Beneficiaries - owned Model เป็นรูปแบบที่เจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นเป็นกลุ่มผู้รับประโยชน์จาก การดำเนินกิจการ และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกิจการ เน้นการเป็นเจ้าของของผู้ด้อยโอกาส

5. Social Need Model เป็นรูปแบบที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมจากสินค้าและบริการของ กิจการ อันเกิดจากประโยชน์ของกระบวนการผลิตหรือลักษณะการใช้งานของสินค้าและบริการเอง

สรุปได้ว่า กิจการเพื่อสังคม เป็นแนวคิดรูปแบบหนึ่งในการพัฒนาสังคม ซึ่งเป็นในลักษณะรูปแบบของ ธุรกิจหรือองค์การที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับสินค้า หรือบริการที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหา หรือช่วยในการพัฒนา สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยเป้าหมายขององค์การไม่ใช่การแสวงหาผลกำไรจากสินค้าและบริการเป็นหลัก แต่เป้าหมายคือการที่จะแก้ไขปัญหา หรือการพัฒนาสังคมให้ดียิ่งขึ้นไป แต่ทั้งนี้การบริหารจัดการองค์การหรือ ธุรกิจ ก็ยังคงต้องการผลตอบแทนเพื่อให้องค์การหรือธุรกิจสามารถที่จะขับเคลื่อนต่อไปได้อย่างยั่งยืน

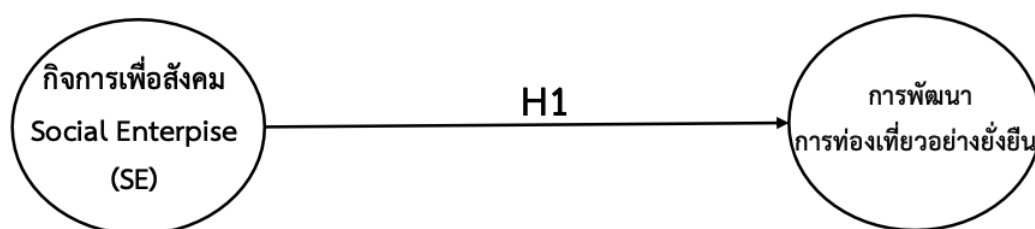
วิสาหกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว (Tourism Social Enterprise) เป็นกิจการที่มีการบูรณาการ แนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน จนพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อ สังคมที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจัดอยู่ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญมากต่อ การพัฒนาในหลายประเทศทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทยในปัจจุบัน ทั้งในแง่ของการสร้างรายได้ให้กับ ประชากร การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สังเกตได้จากการที่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา โดยเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ กำลังพัฒนาหลายประเทศ (Kosol O & Suttawet, 2013) ทั้งนี้รัฐบาล ไทยได้กำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) อย่างชัดเจน โดยเน้นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและ การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เติบโตและยั่งยืน ด้วยเหตุนี้วิสาหกิจเพื่อสังคมด้าน การท่องเที่ยวจึงน่าจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบาย การพัฒนาประเทศไทยที่ต้องสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในการพัฒนา

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านเงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม วณิชรา จันทร์กมล (2563) สรุป เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 1) การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ โดยการวางแผนบริหารจัดการเพื่อนำกลุ่มไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิด

สร้างสรรค์ โดยการสร้างความแตกต่างและหลากหลายให้กับผู้บริโภค 3) การบริหารจัดการที่ดี โดยการดำเนินการตามแบบแผนที่วางไว้ได้อย่างโปร่งใส และสามารถ ตรวจสอบได้ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยที่คนในชุมชนสนับสนุนและให้ความร่วมมือกับการดำเนินการหรือกิจกรรมของกลุ่ม 5) การร่วมมือจากเครือข่ายโดยการให้คำแนะนำ ให้ความรู้ รวมถึง เงินทุนสำหรับดำเนินกิจการ 6) ผลสำเร็จจากการประกอบกิจการ โดยการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ และกลุ่มมีความมั่นคง งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีนโยบายมาสนับสนุน ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการจากหน่วยงานต่าง ๆ ให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภคจะช่วยแก้ปัญหาเรื่องรายได้ของคนในชุมชน และสามารถนำไปสู่การก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ วิมลมาลย์ สวัสดิ์ (2563) ได้สรุปเงื่อนไขของความสำเร็จประกอบด้วย การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และอุดมการณ์ในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม การสร้างนวัตกรรมทางสังคมที่เหมาะสม รวมถึงการดึงเอาทุนทางสังคม ทุนทางธรรมชาติ และทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ อันก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แนวทางสำคัญในการพัฒนาศักยภาพ คือ ควรจัดวางยุทธศาสตร์การดำเนินงานให้เหมาะสมกับบริบทและลักษณะของกิจการ อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้ดำเนินงานได้ผลและมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมซึ่งเป็นแนวคิดรูปแบบหนึ่งในการพัฒนาสังคม ซึ่งเป็นในลักษณะรูปแบบของ ธุรกิจหรือองค์การที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับสินค้า หรือบริการที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหา หรือช่วยในการพัฒนา สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยเป้าหมายขององค์การไม่ใช่การแสวงหาผลกำไรจากสินค้าและบริการเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงได้กำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัยที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพที่ 6

สมมติฐานที่ 1 : กิจการเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 6 สมมติฐานที่ 1 : กิจการเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นปรากฏการณ์หนึ่งทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่นำมาซึ่งการเคลื่อนย้ายผู้คนไปยังสถานที่ที่แตกต่างไปจากเดิมเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัวหรือทางธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ (World Tourism Organization, 2005) การท่องเที่ยวมักจะประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักแรม การบริการเสริม และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (Sitikarn B. & Jaima S, 2010)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ 2) โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถาน ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา 3) ศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ และ 4) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Choibamroong, 2009)

##### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

##### ความสำคัญและประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว หากไม่ได้รับความร่วมมือแล้วก็ไม่สามารถเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนได้เลย หรือหากเกิดขึ้นจะเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ยั่งยืน เพราะไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน สอดคล้องกับ วุฒิสภา สุนทรสมัยและปิยะพร ธรรมชาติ (2559) กลุ่มชุมชนและตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความสนใจและเข้าใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างดี มีความรู้ด้านสมุนไพร และการบำบัดเพื่อสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กร ภาครัฐและเอกชนโดยทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปลายน้ำ ซึ่งทำให้เกิดความเข้มแข็งด้านเครือข่ายและทำให้เกิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชุมชนรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจชุมชน ดังนั้นเพื่อให้สมาชิกทุกคนในชุมชนร่วมมือด้วยดีต้องเห็นความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวในชุมชน (สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2560) ดังนี้

1. เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน
2. การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เชื่อมกับกิจกรรมพัฒนาชุมชนอื่นๆที่ต้องอาศัยการเรียนรู้

3. คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นผลทางอ้อมของการท่องเที่ยว เช่น เกิดรายได้เสริมจากการทำการท่องเที่ยวในชุมชน โครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวเกิดขึ้น ถนน ห้องน้ำสาธารณะ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือของการเผยแพร่วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชนบทรรมนิยมประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนต่อสาธารณชน

5. สร้างการตระหนักรู้ในชาติพันธุ์ของตนเองให้กับเยาวชน และวัยรุ่นให้เห็นคุณค่าของการฟื้นฟู รักษา สืบทอด และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนให้คงอยู่ และสืบทอดไปรุ่นต่อรุ่น

6. การท่องเที่ยวโดยชุมชนนำไปสู่การรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน หรือ กลุ่มต่างๆ ในชุมชน มีกิจกรรมที่ทำร่วมกัน รวมถึงเจ้าของภูมิปัญญา หรือความรู้ต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน เพื่อนำความรู้ ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ในตนเองออกมาถ่ายทอดให้ลูกหลานที่มีความสนใจ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังสามารถแก้ไขปัญหาหลายๆด้าน ในชุมชนได้ เช่น ปัญหาทางด้านรายได้เศรษฐกิจของคนในชุมชน ปัญหาด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับจริยวัฒน์ โลหะพุนตระกูล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน การศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดำเนินการโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง สามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชนเรื่องผลผลิตทางการเกษตรได้ เพราะเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ กระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ของภาครัฐที่สร้างความต้องการในการท่องเที่ยวของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น โดยมีปัจจัยภายในคือ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนเกษตรดั้งเดิมแบบยกท้องร่อง ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษณ์ของภาครัฐมาตั้งแต่ปี 2520 และตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การมีผู้นำอย่างเป็นทางการที่ดำรงตำแหน่งนายก อบต. ทำให้สามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องรวมถึงสามารถขยายผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง เช่น การพัฒนาด้านคมนาคม สาธารณูปโภคต่าง ๆ การรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น

### การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community base Sustainable tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดย

ชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนานุกรม และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) โดยชุมชนต้องมองการท่องเที่ยวให้ครอบคลุม ทั้ง 5 ด้าน ไปพร้อมกันทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่มีชุมชนเป็นเจ้าของ และมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการวางทิศทางการพัฒนาชุมชนของตนเอง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจ โดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนา ศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน สังคม ประชาชนในชุมชนให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ทัศนียภาพของชุมชน สืบทอดรุ่นต่อรุ่น บริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืนในชุมชน สอดคล้องกับ พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์ (2557) ศักยภาพทางการจัดการการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ศักยภาพทางด้านบริการและการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ศักยภาพทางด้านบริหารจัดการการท่องเที่ยวและศักยภาพทางด้านมีส่วนร่วมของชุมชน องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกใครคือ ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กระบวนการคิดแบบยั่งยืนในด้านการมีจิตสำนึกที่ดีในการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ตลอดจน การรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งตัวผู้นำชุมชนที่มีการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชน ได้มีโอกาสมีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน ได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชนเป็นส่วนใหญ่

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐาน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดี การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน โดยมีหลักการ ดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ

3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนในท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน

การที่ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยว มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หรือเป็นกำลังใจสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

การท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญเนื่องจากมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ และพัฒนาประเทศอย่างมาก ทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เช่น การเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านค้าต่างๆ ทำให้มีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น เช่น การเพิ่มขึ้นของที่พักราคา 4-5 ดาว ไปจนถึง โฮมสเตย์ที่พักแบบพื้นบ้าน ร้านอาหารที่เพิ่มขึ้น บริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นในทุกภูมิภาค เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่สำคัญของการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ปัจจัยที่สำคัญดังนี้ (สิริ ลภัสลดา ปันสาน, 2562)

- 1) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
- 2) ปัจจัยด้านการสร้างองค์ความรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน
- 3) ปัจจัยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชน
- 4) ปัจจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน
- 5) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการบริษัทประชารัฐวิสาหกิจ

เพื่อสังคม

ช่วงหลายปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) เป็นที่รู้จักกันมากขึ้นและใช้กันอย่างแพร่หลาย การท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ และยังเป็นส่วนที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องมีชุมชนเป็นส่วนประกอบสำคัญ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ศักยภาพของคน คนในชุมชนต้องรู้จักราคาเงาของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าเรื่องราว ข้อมูล และคนในชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ มีความสามัคคี
2. ศักยภาพของพื้นที่ หมายรวมถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ท้องถิ่นที่สืบสานมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งคนในชุมชนต้องรู้จัก เห็นคุณค่า รักและหวงแหน ทรัพยากรที่มีในชุมชน สามารถที่จะนำมาบริหารจัดการได้อย่างคุ้มค่า และยั่งยืน โดยชุมชนต้องมีความรู้ และพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความเข้าใจ ในแนวคิดพื้นฐานทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการพื้นที่
3. การจัดการ เป็นเรื่องของการจัดการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้นั้น ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ผู้นำต้องมีการพูดคุยเพื่อกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมของชุมชนว่าจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใด มีกิจกรรมอะไรบ้าง มีการกระจาย และจัดสรรรายได้อย่างไร ทั้งหมดนี้สำคัญที่สุดคือการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมในทุกสิ่งทุกอย่างเพื่อส่วนรวม
4. การมีส่วนร่วม มีได้อย่างไร การมีส่วนร่วมต้องเกิดจากการสื่อสารพูดคุย สื่อความคิดเห็น การถกปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆ จากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของคนในชุมชน มีเวทีพูดคุย ร่วมคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำงาน สร้างกฎระเบียบของชุมชนในมิติต่างๆ เพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนได้ปฏิบัติตาม

สอดคล้อง ปาริฉัตร ศรีหะรัญ และพรพิมล ขำเพชร (2561) ได้สรุปว่ากุญแจสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ได้แก่ การมีส่วนร่วมในชุมชน การอนุรักษ์ และการจัดการ ที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติ ลักษณะเป็นการเกื้อหนุนกันระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวกับการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็ง ที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จได้ โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนผ่านการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้ชุมชนได้นำศักยภาพของทรัพยากรทั้ง คน ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นต้น มาใช้ให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) นั้น ทุกอย่างย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ตั้งอยู่ สิ่งแวดล้อมรอบบตัว ซึ่งผลกระทบมีทั้งด้านบวก และด้านลบ ได้แก่

1. ผลกระทบด้านบวก ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกทำให้เกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีการรวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีความพยายามที่จะดำเนินการตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม 3) ด้านสิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนได้ คือการรวบรวม องค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในความเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้ในการทำงานร่วมกัน

2. ผลกระทบด้านลบ เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น จำนวนขยะที่เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่ต้องรับรองนักท่องเที่ยว และสิ่งสำคัญคือ อาจสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป

ในส่วนของการตลาดนั้น แต่ละชุมชนต้องให้ข้อมูล แนะนำชุมชนตนเอง และชุมชนอื่นอย่างถูกต้องและน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว สิ่งที่ภาคภูมิใจสำหรับชุมชน คือ การรักษ ์และวางแผนทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมา แต่ละชุมชนไม่ได้ละทิ้งพื้นฐานเดิม หรือปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตไปตามกระแสวัฒนธรรม และไม่ได้มุ่งหวังรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลักของชุมชน โดยละทิ้งอาชีพดั้งเดิมที่จะเป็นการที่จะปรับตัวเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่เข้าไปในชุมชน (วีระพล ทองมา, 2547) จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ชุมชนหรือสถานที่ใดที่มีการพัฒนากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดผลกระทบขึ้นทั้งทางบวกและทางลบ เป็นสิ่งที่ต้องมีการบริหารจัดการและสร้างแนวทางป้องกันแก้ไข เพื่อให้ไม่เกิดขึ้นหรือผลกระทบน้อยที่สุดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยจากการทบทวน พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งความยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้จริง เมื่อชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ บนพื้นฐานความสมดุลของสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ภายใต้การสนับสนุนของภาครัฐ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป



### องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. สิ่งดึงดูดใจ เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ทูทางสังคม และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นนั้นๆ วิธีการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การดำรงอยู่ด้วยการพึ่งพาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน รวมถึงการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เสริมพลังทางวัฒนธรรม บันทึก ฟันฟู สืบสาน ตลอดจนสร้างความ ภาคภูมิใจ ให้เกิดกับเจ้าของภูมิปัญญาและชุมชน

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มุ่งสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมทำกิจกรรมมากกว่าผู้ชม (More Participate than Observe) เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ และลงมือปฏิบัติจริงกับเจ้าของภูมิ ปัญญา หรือแหล่งท่องเที่ยว นำไปสู่การได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hand on Experience) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจอย่างลึกซึ้งประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว

3. องค์กรชุมชนและเจ้าของภูมิปัญญา จัดตั้งกลุ่มในชุมชนที่เข้มแข็ง ประสานงานกัน อย่างเป็นระบบ มีความเข้าใจอันดีต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บันทึกหรือจัดทำฐานข้อมูล ของ ครัวภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ หลากหลาย เช่น สถานที่ วัฒนธรรม ประเพณี การประกอบอาชีพต่างๆ และยินดีที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกใน ชุมชนและ นักท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนรู้สึกหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือสิ่งต่างๆ ที่เป็น รากเหง้าของตนเอง ตลอดจนมีความพร้อมใจกันเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

4. การมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วยการมีส่วนร่วมแบบร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมประเมินผล และร่วมรับ ผลประโยชน์ โดยการมีส่วนร่วมนี้เป็นกระบวนการสร้างการรับรู้ และรับผิดชอบร่วมกันในการ จัดการ ท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความรู้สึกรักในการเป็นเจ้าของทรัพยากรในชุมชนซึ่งสมาชิกทุกคน มีส่วน ได้รับผลกระทบทางบวก และทางลบ ทั้งทางตรง และอ้อม

5. สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งต่างๆ มีไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทาง ท่องเที่ยวเป็นไปได้ด้วยความสะดวกสบาย ได้แก่ บริการขนส่ง และการเดินทาง ห้องน้ำสาธารณะ ที่ พัก ที่พักแบบสัมผัสวิถีชุมชน (Homestay) ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายที่ระลึก รวมถึง ข่าวสารข้อมูลท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว และข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว

6. การจัดการอย่างยั่งยืน การบริหารการท่องเที่ยวในภาพรวม ประกอบด้วย (1) การ วางแผนการท่องเที่ยวกำหนดเป้าหมาย/แผนงาน (2) การจัดสรรงาน ทรัพยากร และกำหนด ความสัมพันธ์ของงานต่างๆ เพื่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวจัดทำโครงสร้างชุมชน กำหนด

ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มงาน ระบุขอบเขตหน้าที่ และจัดคนเข้ารับผิดชอบงาน (3) การกำกับ การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ และ (4) การควบคุมเป็นการติดตาม ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง ประเมินผลเพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงการกำหนดกฎ กติกาในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว สร้างกลไกในการ ปฏิบัติงานอย่างมีความสุข จัดสรรผลประโยชน์กระจายสู่สมาชิกในชุมชนอย่างเป็นธรรมกำหนด ค่าบริการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมและจัดสรรเงินจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาชุมชน รวมถึงความยั่งยืนในมิติของความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ (1) การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่น (2) การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมต่อชุมชน และนักท่องเที่ยวและ (3) การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อมเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศรวมถึงการท่องเที่ยวต้องช่วยบันทึกอนุรักษ์ ฟื้นฟู วัฒนธรรม รวมถึงการสืบทอด เผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำรงชีวิตของชุมชน

7. สร้างการเรียนรู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ใช้ชีวิตเช่นเดียวกับสมาชิกในชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์จริงให้กับนักท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือสมาชิกในชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้มาเยือน รวมถึงการสร้างการตระหนักรู้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ รวมถึงการส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบทอดประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของ ท้องถิ่น ทั้งในส่วนของเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยว

8. พัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน การท่องเที่ยวต้องสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน ได้แก่ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวรายได้จากสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยว บ้านเรือน และแหล่งท่องเที่ยวสะอาด สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวรวมถึงสมาชิกในชุมชนก็ได้รับประโยชน์ไปด้วย

### หลักการทางการเมืองการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเอง โดยดำเนินการพร้อมกันทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนต่าง ๆ มากมาย เมื่อกองในบริบทการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการพินิจพิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านแล้ว ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่ดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร
2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกัน และรับประโยชน์ร่วมกัน
3. ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือเป็นองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้ว หรือองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน
4. รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียม มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ
5. มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้
6. ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไป และนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน
7. การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้เกี่ยวข้อง และพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ
8. รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชน และรักษาสิ่งแวดล้อม
9. การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อาชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิต และจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน
10. องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

### กระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

หากชุมชนมีความพร้อมมีปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการเข้ามาจับตลาดจัดการท่องเที่ยวแล้วนั้น ผู้นำชุมชนและแกนนำที่หลากหลายตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ฯลฯ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ ครูอาจารย์ในโรงเรียน เป็นต้น ร่วมกันสัมมนาเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการผลึกกำลังความคิดสร้างสรรค์ ประสานแนวคิดของทุกคนให้เป็นภาพเดียวกัน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำวิสัยทัศน์ที่ได้มากำหนดเป็นเป้าหมาย เป็นทิศทางของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป ยกตัวอย่างเช่น

### วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชนหลายแห่งตัดสินใจเปิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเป็นฝ่ายจัดการเองนั้น มีรูปแบบการคิดตัดสินใจด้วยการมองวิสัยทัศน์ 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. มองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกับคนภายนอกให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาที่ชุมชนประสบอยู่ และหวังว่าจะได้เพื่อนที่เข้าใจร่วมกันแก้ปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน อันเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เพื่อประสานการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาของชุมชนนั้น

2. การท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จำเป็นที่ชุมชนต้องรวมตัวกันเข้ามาจัดการให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ปฏิบัติอยู่ในกฎ กติกาของชุมชน การจัดระเบียบการแบ่งผลประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผลประโยชน์ในชุมชน การสร้างมาตรฐานต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเอง ทั้งเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบมากเกินไปจนขีดความสามารถที่ชุมชนจะจัดการได้

3. การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้ระหว่างคนกับธรรมชาติ เป็นการสร้างโอกาสในการฟื้นฟูวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และสิ่งแวดล้อม โดยมองที่รายได้ เป็นเพียงผลพลอยได้จากกระบวนการเรียนรู้ท่ามกลางการท่องเที่ยว

ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบนี้มีพื้นฐานการคิดมาจากชุมชนเอง ที่มีความภูมิใจในวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของตนเองที่พร้อมจะสื่อต่อคนภายนอก โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด นอกจากนั้นแล้วชุมชนเองยังต้องการความเข้าใจ ความร่วมมือของนักท่องเที่ยวต่อการเคารพกฎ กติกา ที่ชุมชนร่วมกันสร้างไว้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนต่างวัฒนธรรม

### วัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วัตถุประสงค์มาจากการกำหนดจากวิสัยทัศน์ที่จัดทำร่วมกันในชุมชน และนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรม ให้มีความชัดเจนขึ้น โดยชุมชนจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการด้วยกัน คือ

1. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา เป็นกิจกรรมเชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในรูปแบบอื่น ๆ ที่ต้องเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้กันและกันได้ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไปเยือนชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวควรเกิดการเรียนรู้บทบาทของประมงขนาดเล็กที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่งด้วย

2. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมให้คนในชุมชนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ได้เข้าใจในคุณค่า ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนให้กลับฟื้นคืนสภาพได้ในระยะต่อไป

3. เพื่อก่อให้เกิดการรวมตัวกันของคนในชุมชน ที่เผชิญต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวแบบเดิม ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการลดผลกระทบดังกล่าว และจัดระเบียบชุมชนให้เป็นระบบที่ทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุข

4. เพื่อเป็นเครื่องมือการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตกับสาธารณชนภายนอก

จะเห็นได้ว่า ในมิติของชุมชนไม่ได้มองเรื่องรายได้เป็นเรื่องหลัก ผิดกับในระดับนโยบาย การท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับเรื่องของรายได้เป็นอันดับแรก หากเอาคุณค่า วิถีคิด ที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในสังคมไทย อันได้แก่ การมีน้ำใจ ความเอื้ออารี ประกอบกับวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับธรรมชาติ ความรักในศิลปวัฒนธรรม อันเป็นทุนทางสังคมของคนไทย ก็จะทำให้การริเริ่ม และมองการท่องเที่ยวได้ถูกทิศทางยิ่งขึ้น (พจนา สนวนศรี, 2546)

### การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นสิ่งที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนภายนอก ดังนั้นทักษะ ความชัดเจน การจัดการให้เหมาะสม จึงเป็นเรื่องที่ชุมชนเองยังมีความกังวลอยู่พอสมควร แม้จะมีปัจจัย ที่เอื้อและการสนับสนุนจากภายนอก แต่ชุมชนเองต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ และประเมินว่า วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร โดยการร่วมกันอภิปราย ระดมความคิดเห็น จากชุมชนจนสามารถสรุปด้วยมติของชุมชนเอง ซึ่งมีองค์ประกอบในการประเมินอยู่ 7 ประการ คือ

1. ผู้นำชุมชน และแกนนำชุมชน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก และสภาพปัญหาชุมชนตลอดจนมองแนวทางแก้ไขปัญหาได้แบบชัดเจน และมองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมร่วมในการเชื่อมโยงแนวทางการแก้ปัญหาโดยภาพรวมของชุมชนได้ แล้วจึงได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เป้าหมายการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมด เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชนที่ชุมชนต้องมีการคิดไตร่ตรองวินิจฉัย และร่วมตัดสินใจจะเปิดหมู่บ้านรองรับการท่องเที่ยวอย่างไร ควรเป็นไปในรูปแบบใด มีใครที่เป็นผู้เกี่ยวข้องบ้าง ใครมีบทบาทจัดการอย่างไร และภายหลังจากท่องเที่ยวกลับแล้วจะมีผลกระทบอย่างไร ด้วยวิธีการใด ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ภายในชุมชน

3. ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบกิจกรรมนี้ หรือผลักดันให้องค์กรชุมชนอื่นที่พิจารณาแล้วว่า มีความพร้อมทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรนั้นๆ แต่ทั้งนี้การดำเนินการขององค์กรต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส เพราะมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง

4. การพิจารณาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือของดีในชุมชนเพื่อจัดปรับเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับชุมชน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมให้น้อยที่สุดเท่าที่สามารถจะทำได้

5. ความพร้อมของผู้ที่สนใจจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว จะมีบทบาทหลากหลายมากขึ้น คือ จะมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การนำพานักท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และต้องไม่กระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มแกนนำชุมชนเท่านั้น จะต้องมีการกระจายที่ทั่วถึงและเป็นธรรม

6. การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อสามารถจัดปรับกระบวนการให้เหมาะสม สอดคล้องยิ่งขึ้น และร่วมแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวข้องตลอดจนการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวที่ในครั้งต่อไป

7. ประสบการณ์ทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องบูรณาการ ความต้องการ ความเพลิดเพลิน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ ให้เป็นโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่

### **การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว**

การท่องเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายแต่ทำยากที่ว่ายากนั้นเพราะการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบกระแสบริโภคนิยม การท่องเที่ยวทำให้ชุมชน

หลุดออกจากฐานการผลิตเดิมในภาคการเกษตร สู่อุตสาหกรรมบริการ กำลังซื้อที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวจึงสามารถกำหนด “สินค้า” และ “บริการ” ได้ตามความต้องการ ทำให้สภาพของสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวมักถูกครอบงำจากวัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาพร้อมกับนักท่องเที่ยวเป็นตาบสองคม และมีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการพัฒนา

อย่างไรก็ตามก่อนที่จะเป็นหมู่บ้านรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะตั้ง “รู้ตัว” เข้าใจและตระหนักต่อการท่องเที่ยวนี้ตลอดจนสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชน ซึ่งผู้ดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงาน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนในการพิจารณาทั้งด้านบวก และด้านลบของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มผู้ที่สนใจ

ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม เป็นการดึงเอากลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ และผู้นำที่เป็นทางการ ผู้นำทางธรรมชาติ มาพูดคุยถึงผลดี ผลเสียอีกครั้ง เพื่อให้เขาเหล่านั้นได้ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องนี้ร่วมกัน

ขั้นที่ 3 ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อศึกษาในหัวข้อ ดังนี้

1. การสำรวจทางกายภาพ
  - ทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติและที่ดินทำกิน)
  - แผนที่รอบในหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนสร้างและทรัพยากรธรรมชาติ)
2. ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีชุมชน
3. ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชนกับการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว
4. ศึกษากลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนซึ่งผลการศึกษานี้จะทำให้เห็นศักยภาพ ข้อจำกัดของชุมชน และปัญหาของชุมชนร่วมกัน

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ ข้อจำกัด โอกาส และความเสี่ยง ในขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้มองเห็นตนเอง และสามารถเชื่อมโยงเรื่องการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และอาจพบว่าการแก้ปัญหาให้ตรงจุด อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เรื่องของการท่องเที่ยวมาช่วยเลยก็เป็นได้

ขั้นที่ 5 ร่วมกันพัฒนาศักยภาพ และแก้ไขจุดอ่อน อาทิ

1. รวบรวมองค์ความรู้ ซึ่งแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันออกไป มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่น บางชุมชนเด่นด้านการพัฒนาชุมชน บางชุมชนเด่นด้านระบบการจัดการระบบนิเวศโดยใช้

ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เหมาะสม ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันดึงเอกลักษณ์ให้เห็นร่วมกันก่อนนำสู่การเผยแพร่  
ออกไป

2. ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้อง ปลอดภัย และไม่ทำลายระบบ  
นิเวศเดิมมากนัก เช่น ปรับทางเดินในป่าเขา

3. ปรับปรุงบ้านพัก และความสะดวกภายในชุมชนให้เป็นมาตรฐานของชุมชนใน  
แต่ละแห่งที่ตกลงร่วมกัน โดยมีคณะกรรมการของชุมชนตรวจสอบอยู่เสมอ

4. ฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น นักสื่อความหมาย การสร้าง  
เวทีการเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเห็นความสามารถของชุมชนในการรองรับ  
นักท่องเที่ยว ทั้งความพร้อมของบุคลากร และขีดความสามารถในการรองรับทั้งพื้นที่ทางธรรมชาติ  
และรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

ขั้นที่ 6 วางรูปแบบการบริหารจัดการ ในขั้นตอนนี้ จะต้องจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงาน  
หรืออาจจะใช้องค์กรที่ชุมชนมีอยู่เดิมแต่เพิ่มบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ มีการกำหนด  
วัตถุประสงค์ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวและราคา การจัดสรร  
ผลประโยชน์สู่ชาวบ้านและชุมชน และมาตรการในการป้องกันผลกระทบ โดยอาจจะเป็นการสร้าง  
กฎ กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ 7 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจ

ขั้นที่ 8 ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้อาจจะมีจัดการท่องเที่ยว  
นำร่อง เพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์  
หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม และให้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ  
หลังจากร่วมกิจกรรม เพื่อนำมาปรับให้เหมาะสมต่อไป

ขั้นที่ 9 ประเมินผลในขั้นตอนประเมินผล อาจแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินผล  
และสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วงๆ ทุก 3-6 เดือน เป็นต้น ซึ่ง  
การประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น

ขั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร

1. การฝึกอบรม เช่น การบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อ  
ความหมาย
2. การศึกษาดูงาน สำหรับแกนนำองค์กรชุมชนเพื่อจัดการท่องเที่ยว เป็นการเปิด  
โลกทัศน์ พัฒนาทักษะการบริหาร การจัดการในชุมชนอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายๆกัน เพื่อเป็นตัวอย่ง  
นำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และวางมาตรการ  
ป้องกันไว้ตั้งแต่เริ่มแรก



กระบวนการทั้ง 10 ขั้น เปรียบเสมือนการทำงานพัฒนา แต่สิ่งที่ยากคือ เรื่องของการท่องเที่ยวที่ชาวบ้านยังไม่คุ้นเคยมาก่อน และไม่มั่นใจว่าตนเองจะทำได้ แต่ละคำถามในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการเตรียมชุมชนจะต้องเป็นการปลุกกระตมสำนึกของท้องถิ่น ให้นักท่องเที่ยวอยากรู้จักตนเอง และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง การท่องเที่ยวก็จะเกิดชัดเจนมากขึ้นว่าเป็นการเข้ามาเพื่อให้ชุมชนได้นำเสนอตนเองต่อสาธารณะ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวนอกจากปลุกสำนึกของชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ได้เข้ามาเยี่ยมชม (พจนา สวนศรี, 2546)

### การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

เกณฑ์การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนพัฒนาโดยสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ (พจนา สวนศรีและสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และเกณฑ์ประเมินให้รางวัลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยอดเยี่ยม และดีเด่นเป็นการเปรียบเทียบผลการประเมินก่อนการรับรอง และหลังการพัฒนาตามแนวทางมาตรฐาน 5 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน พัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริมวัฒนธรรม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม บริการและความปลอดภัย เพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวมีพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) รวมทั้งหมด 5 ด้าน 29 ดัชนี และเกณฑ์ 176 ข้อ มีดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีประเด็นย่อย 31 ข้อ รวม 6 ดัชนีชี้วัด ประกอบด้วย

1.1 ระบบการบริหารจัดการโดยชุมชนแบบบูรณาการ ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรม ด้านสุขภาพอนามัย ด้านความปลอดภัย ด้านคน สังคม ผลประโยชน์ ด้านคุณภาพบริการ และด้านการตลาด

1.2 การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม และชุมชน

1.3 การเสริมศักยภาพของคนในกลุ่มและชุมชน

1.4 ระบบประเมินความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยว และชุมชนที่ครอบคลุม 8 ด้าน

1.5 การปฏิบัติตาม กฎระเบียบของกลุ่มคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว

1.6 การตลาด และประชาสัมพันธ์อย่าง รับผิดชอบ

2. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น สังคม และคุณภาพชีวิต มีประเด็นย่อย 12 ข้อ รวม 3 ดัชนีชี้วัด ประกอบด้วย

- 2.1 สนับสนุนการพัฒนาชุมชน
- 2.2 กระจายรายได้อย่างเป็นรูปธรรม และสร้างโอกาสในการมีรายได้เสริม
- 2.3 การให้เกียรติ ด้านสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
3. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม มี ประเด็นย่อย 14 ข้อ รวม 4 ดัชนีชี้วัด ประกอบด้วย
  - 3.1 กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูล และความรู้ เกี่ยวกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในท้องถิ่น
  - 3.2 มีการถ่ายทอดข้อมูลทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต จากคนภายในสู่คนภายนอก และการถ่ายทอดภายในชุมชนด้วยตัวเอง
  - 3.3 มีกฎ กติกา และ แนวทางปฏิบัติเพื่อการเคารพ และปกป้องวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น และให้เกียรติวัฒนธรรม ของแขกผู้มาเยือน
4. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ และยั่งยืน มีประเด็นย่อย 37 ข้อ รวม 9 ดัชนีชี้วัด ประกอบด้วย
  - 4.1 กลุ่มท่องเที่ยวมี ฐานข้อมูลด้านทรัพยากร และการให้การศึกษา
  - 4.2 มีการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึง การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
  - 4.3 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ
  - 4.4 การจัดการขยะชุมชน/ แหล่งท่องเที่ยว
  - 4.5 การจัดการทรัพยากรน้ำ และน้ำเสีย
  - 4.6 การจัดการด้านเสียงรบกวน
  - 4.7 การจัดการด้านพลังงาน
  - 4.8 ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
  - 4.9 อาคารสิ่งปลูกสร้าง
5. ด้านการบริการ และความปลอดภัยของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีประเด็นย่อย 82 ข้อ รวม 7 ดัชนีชี้วัด ประกอบด้วย
  - 5.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความชัดเจน ปลอดภัย มีความ เหมาะสมกับสภาพชุมชน กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลา
  - 5.2 ที่พัก
  - 5.3 ยานพาหนะ และการเดินทาง
  - 5.4 นักสื่อความหมายท้องถิ่น

### 5.5 เจ้าของบ้าน

### 5.6 การติดต่อประสานงาน

### 5.7 ความปลอดภัย

แบบประเมินมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการเป็นการทดสอบความพร้อมใน 2 ระดับ คือ มีการดำเนินการกับไม่มีการดำเนินการผู้ประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามเกณฑ์ที่กำหนดเป็นสมาชิกในชุมชน เพื่อประเมินว่าสิ่งใดมีอยู่แล้ว สิ่งใดต้องพัฒนาต่อ การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการประเมินตนเองตามมาตรฐานหรือเกณฑ์ เป็นการตรวจสอบความพร้อมของการท่องเที่ยวในชุมชน มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริมวัฒนธรรม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม บริการและความปลอดภัย เพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวมีพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เมื่อมีด้านใดมีคะแนนน้อยให้นำด้านนั้นมาวางแผนพัฒนาให้สมบูรณ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะดำเนินการในอนาคต

### การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Being a good host)

การเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะดินแดนใดหากผู้คนให้ความเป็นมิตร ต้อนรับผู้มาเยือนด้วยความตามใจ เอื้ออาทร บริการประทับใจ ย่อมทำให้ผู้มาเยือนรู้สึกมีความสุขและเพิ่มรสชาติการท่องเที่ยวของเขาให้สมบูรณ์และน่าประทับใจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562b) การต้อนรับเป็นกิจกรรมเกี่ยวการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย

1. การสร้างความเป็นมิตรอบอุ่นใจ
2. การให้ความสะดวกสบาย
3. การให้ข้อมูลข่าวสาร
4. การปฏิบัติตามคำร้องขอ
5. การให้ความช่วยเหลือตามควร

การต้อนรับมีทั้งทางตรง และทางอ้อม กล่าวคืออาจจะพบปะเห็นหน้ากัน หรืออาจจะได้พบกันเลยก็ได้ แต่มีการติดต่อสื่อสารกันผ่านทางอุปกรณ์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์ หรืออีเมล เป็นต้น

### หลักในการให้การต้อนรับ

1. ยิ้มทักทายแสดงความรู้สึกที่ดีและจริงใจ
2. แสดงความสนใจและให้ความสำคัญ

- 3.กระตือรือร้นในการรับฟังและตอบข้อซักถาม
- 4.มีอัธยาศัยไมตรีอบอุ่น
- 5.ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม

### เจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

เจ้าบ้านหมายถึงบุคคลผู้เป็นเจ้าของบ้านเรือน ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เจ้าบ้าน หมายถึง ประชาชน พ่อค้า แม่ค้า นักเรียน และผู้ประกอบการอาชีพใดๆ ที่อาศัยอยู่ใน ท้องถิ่นที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี จึงหมายถึงกลุ่มบุคคลเหล่านี้มีความเป็นมิตร มีความเชื่อมั่น รอบรู้เรื่องราวในท้องถิ่น ให้การตอบรับ ดูแลผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวให้มีความสุข และรู้สึก ปลอดภัยเพราะเมื่อผู้มาเยือนได้รับความมีอัธยาศัยไมตรี และเจ้าบ้านให้การตอบรับอย่างอบอุ่น ย่อม ทำให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจ

### ปัจจัยสำคัญของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้งานบริการประสบผลสำเร็จ คือ คน หรือบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ เป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้า เขาจะต้องรักในการบริการและมีคุณสมบัติอื่นๆประกอบ จึงจะช่วยให้การ บริการนั้นสร้างความพอใจให้กลับลูกค้าได้ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของผู้ที่เป็นเจ้าบ้านในการ ให้บริการขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ คือ

- 1.บุคลิกภาพ (Personality) ได้แก่ รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง น้ำเสียง การพูดจาความ ยิ้มแย้มแจ่มใสความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความกระตือรือร้น ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความเชื่อมั่นใน ตัวเอง ความรอบรู้ บริษัทใดมีพนักงานที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี และมีบุคลิกภาพดีเยี่ยมได้เปรียบ คู่แข่งทั้งหลาย

- 2.ความรู้ (Knowledge) ผู้ที่เป็นเจ้าบ้านต้องมีความรู้ต่างๆเกี่ยวกับสถานที่และสิ่งต่างๆ ในขอบเขตความรับผิดชอบของตนเอง ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/สินค้า/บริการ ที่เสนอให้กับ ลูกค้า ความรู้ที่เกี่ยวกับเทคนิคการขายความรู้เกี่ยวกับตลาดและคู่แข่งชั้น ความรู้รายละเอียดและ ขั้นตอนงาน ฯลฯ

- 3.ทักษะ (Skills) ความชำนาญหรือประสบการณ์จะช่วยให้การเป็นเจ้าบ้านมีความ เชื่อมั่นสูงขึ้น โดยทักษะจะเกิดขึ้นได้จากการฝึกฝน

- 4.ทัศนคติ (Attitude) เจ้าบ้านที่ดีต้องมีทัศนคติที่ดีในการเป็นเจ้าของบ้าน มีความ เชื่อมั่นในตนเอง มีความสุขในการทำงาน มองโลกในแง่ดีตระหนักถึงความสำคัญของการบริการ คือ มีความเป็นเจ้าบ้านที่มีจิตใจของการบริการ

ปัจจัยทั้ง 4 ประการข้างต้นช่วยทำให้ผู้เป็นเจ้าของประสบความสำเร็จในการปฏิบัติหน้าที่ คือ ถ้ามีคุณสมบัติครบถ้วนย่อมส่งผลให้เป็นเจ้าของที่สร้างความรู้สึกที่ดีแก่ลูกค้า ผลงานเป็นที่น่าพอใจ ตนเองก็จะได้รับความภาคภูมิใจเกิดความสุขและความพอใจ

นอกเหนือจากสิ่งที่กล่าวข้างต้นแล้ว ลูกค้ายังคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือและการบริการที่ดี ดังนั้นเจ้าของที่ดีจึงมีหน้าที่

1. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ สถานที่ และอื่นๆ
2. ช่วยเหลือลูกค้า เมื่อเขาต้องการบริการ
3. แก้ไขข้อขัดข้องและความไม่พึงพอใจของลูกค้า
4. ช่วยแนะนำและแก้ปัญหาต่างๆให้กับลูกค้า
5. ช่วยบอกทิศทางในสถานที่ของเรา

เจ้าของที่ดีต้องมีการเตรียมความพร้อมตั้งแต่ปรับปรุงบุคลิกภาพ เตรียมการต้อนรับ เตรียมการเสนอบริการต่างๆรู้จักวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเลือกใช้คำพูดที่เหมาะสม รู้วิธีจัดข้อโต้แย้งหรือรับฟังคำบ่นของลูกค้า ตลอดจนให้บริการต่างๆเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาเยือน สอดคล้องกับ กัลยา สว่างคง (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพกลยุทธ์พันธมิตรของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า 1) ประสิทธิภาพการจัดสรรทรัพยากร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงสร้างสรรค์ และ ความสามารถในการวิเคราะห์ความรุนแรงทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อศักยภาพกลยุทธ์พันธมิตร 2) ศักยภาพกลยุทธ์พันธมิตรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศในการบริการ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานขององค์กร 3) ความเป็นเลิศในการบริการ และประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร 4) ศักยภาพกลยุทธ์พันธมิตรมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยมีความเป็นเลิศในการบริการ และประสิทธิภาพในการดำเนินงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

### การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การวางแผนการตลาดมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการสร้างคุณค่า (Value Creation) ให้นักท่องเที่ยวโดยเริ่มต้นจากการกำหนดคุณลักษณะ (Attributes) ของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างจุดเด่น (Features) ให้กับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและทำจุดเด่นให้เป็นคุณประโยชน์ (Benefits) กิจกรรมการท่องเที่ยว และต้องไม่หยุดพัฒนา โดยมุ่งสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อเพิ่มคุณค่า (Value) ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางเข้ามาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวและคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไปเมื่อลูกค้าประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

(Repeat Visitation) เกิดการบอกต่อ (Word of Mouth) และเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการการท่องเที่ยว ในราคาที่สูงขึ้น (Willingness to Pay More) (ฉันทะพรหม มณีโรจน์, 2560)

การตลาดการท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps Marketing Mix) มาประยุกต์ใช้ในการบริหารการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตของชุมชน และสิ่งอื่นๆ โดยรวมเรียกว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยือน ในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนต้องเตรียมแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นๆ โดยมีเจ้าของภูมิปัญญาเป็นผู้ส่งมอบประสบการณ์จริงที่กระบวนการ หรือบางส่วนของกระบวนการผลิตเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross Culture Engagement) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว

2. ราคา (Price) คุณค่าของผลิตภัณฑ์กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบตัวเงินนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับรู้ (Perceived Value) ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวกับราคาของค่าบริการนั้น หากคุณค่าสูงกว่าราคานักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หรือเดินทางกลับมาท่องเที่ยว หรือบอกต่อกับบุคคลอื่นๆ การกำหนดราคาค่าบริการการท่องเที่ยวต้องมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การเข้าถึงข้อมูลของการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสาร ฐานข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โปรแกรมการท่องเที่ยว ภาพแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รวมถึงมีสถานที่ศูนย์ประสานงาน หรือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวติดต่อเมื่อเดินทางเข้ามาในชุมชนเป็นจุดบริการแบบเบ็ดเสร็จ จุดเดียว โดยช่องทางการจัดจำหน่ายควรจัดทำเป็น 2 ระบบ คือ ระบบที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยอินเทอร์เน็ต และระบบข้อมูลการบริการในสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างกระตุ้นทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเป็นส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) เป็นการติดต่อสื่อสารด้วยการใช้บุคคลในการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคล (Non Personal Selling) มีเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลากหลายประเภท หรืออาจจะเลือกใช้การสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication) ซึ่งเครื่องมือส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย

(1) การสื่อสารโดยใช้บุคคล เป็นการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยใช้พนักงานขายโปรแกรมและเส้นทางท่องเที่ยว เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ทำให้พนักงานผู้ให้บริการได้เรียนรู้ และศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าโดยตรง และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นการเล่าประสบการณ์ข้อมูลการท่องเที่ยวจากพนักงานไปยังนักท่องเที่ยวโดยตรง (2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการแจ้งข้อมูลการจัดแถลงข่าวการจัดกิจกรรมพิเศษขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และการจดจำที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูล จดจำแหล่งท่องเที่ยวได้ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้พบเห็น (3) การโฆษณา (Advertising) เป็นการสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในการบริการท่องเที่ยวโดยผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อกลางแจ้ง และป้ายโฆษณาต่างๆ เป็นต้น การโฆษณา เน้นการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้มากกว่าแบบอื่น (4) อุปกรณ์เครื่องมือ แนะนำบริการ (Instructional Materials) เป็นการให้ข้อมูลจากชุมชนที่สร้างขึ้นเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หรือบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวที่สนใจ โดยสามารถช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่งได้ (5) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เร็วขึ้น เช่น มอบสิทธิพิเศษการท่องเที่ยวในวันแม่ นักท่องเที่ยวพาแม่มาจะคิดอัตราครึ่งหนึ่ง วันเกิดมอบ ห้องพักรับหนึ่งคืน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งที่สามลดครึ่งราคา เป็นต้น

5. บุคลากร (People) สมาชิกทุกคนในชุมชนล้วนเป็นตัวกลางที่ทำหน้าที่เชื่อมระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นผู้เล่าเรื่องราวต่างๆ ของชุมชน เป็นเจ้าบ้านที่ดีด้วยการต้อนรับอย่างอบอุ่น ประคองต้อนรับญาติมิตร หรือเพื่อนที่กลับมาเยี่ยมบ้านรวมถึงผู้นำชุมชน ครู ภูมิปัญญาผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผู้ประกอบอาชีพ หรือศาสตร์ต่างๆ ในชุมชนที่ต้องมาเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่คนในท้องถิ่นเพื่อรักษาไว้ไม่ให้สูญหายไปจากท้องถิ่น บุคลากรจึงมีความสำคัญที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการท่องเที่ยว และเกี่ยวข้องทางอ้อมซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องพบเจอเมื่อเดินทางเข้าไปในชุมชน ทุกคนในชุมชนต้องยินดีและเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวพร้อมที่จะส่งต่อประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว

6. กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนในการจัดการท่องเที่ยว กระบวนการบริการการท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวต้องเป็นกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อนต่อการใช้บริการรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรก ระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการจัดการท่องเที่ยวที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อมอบบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ปฏิบัติตามได้สะดวก และง่ายทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

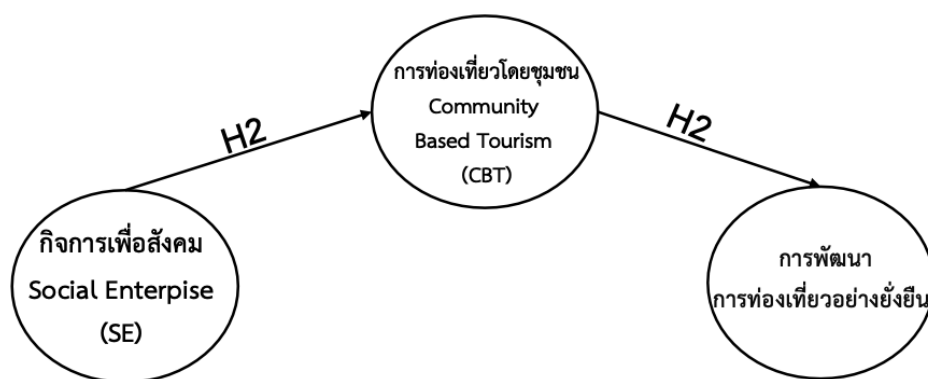
7. ภูมิทัศน์ หรือสภาพทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องเตรียมไว้ แสดงเป็นรูปธรรมเพื่อความสะดวกของการท่องเที่ยว เช่น สถานที่จอดรถ ที่พักแรม ที่พักแบบ สัมผัสวิถีชุมชน ร้านอาหาร ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว ถังขยะ ป้ายบอกทาง ข้อมูล หรือ แผนที่ เส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน ป้ายแสดงประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม ท่องเที่ยวแต่ละจุด เป็นภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เป็นต้น สภาพทางกายภาพแสดงให้เห็นถึงรูปธรรมทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการแต่งกาย ความสะอาดเรียบร้อย ความปลอดภัยของสถานที่ การพุดจาดด้วยอภัยาคัยที่เป็นมิตร สุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือ ผลประโยชน์อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับ

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนมุ่งนำเสนอ ส่งเสริม และสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการวางแผนการตลาดที่คำนึงถึงความยั่งยืน ในมิติเศรษฐกิจชุมชน มิติสังคมวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน และมิติสิ่งแวดล้อม รวมถึงคำนึงถึงความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวควบคู่กันกับการวางแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เมื่อพัฒนาแล้ว และชุมชนมีความพร้อมที่จะให้บริการการท่องเที่ยว ผู้จัดการท่องเที่ยวมีความจำเป็นที่ต้องเปิดตัว และสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวต่างๆ ของชุมชน ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ และรับทราบเพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว คือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่นำความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาเป็นกิจกรรม ทางการท่องเที่ยวในอัตราค่าบริการที่เหมาะสม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง การสื่อสารที่หลากหลายให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงจัดทำ การสื่อสารเรื่องราวของชุมชน ผ่านป้ายสื่อความหมายติดตามสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ด้วยนำเสนอโปรโมชั่นต่างๆ เช่น มีส่วนลดทางการท่องเที่ยว แคมป์พักในเทศกาลวันแม่ วันครอบครัว เป็นต้น การพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในประวัติศาสตร์ของชุมชน สมาชิกในชุมชนมีอภัยาคัยที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีจิตใจใฝ่ บริการ ชุมชนต้องจัดเตรียมภูมิทัศน์ และลักษณะทางกายภาพให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย โปร่ง ดูสะอาดตา และรู้สึกปลอดภัยเมื่อเดินทางท่องเที่ยว มีโครงสร้างพื้นฐานอำนวยความสะดวก เช่น ถนน เส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน การบริการ การขนส่งสาธารณะ ป้ายบอกทาง ไฟฟ้า ประปา ระบบสื่อสาร และโทรคมนาคม ห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น โดยกระบวนการทั้งหมดของการบริการการท่องเที่ยวต้องมีขั้นตอนที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน ไม่ยุ่งยาก มีความสะดวก ต่อการรับบริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว



จากการศึกษารรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชนจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยชุมชนต้องคำนึงถึงการท่องเที่ยวให้ครอบคลุม ทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้นำชุมชน การบริการที่ดี องค์กรความรู้ของชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน ไปพร้อมกันทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่มีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการจัดการ จากความเชื่อมโยงดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้กำหนดเป็นสมมติฐานที่ 2 และสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพที่ 7

สมมติฐานที่ 2 : กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 7 สมมติฐานที่ 2 : กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน

ทุนชุมชน หมายถึง พลังอำนาจของมนุษย์ที่เกิดจากการรวมตัวกัน มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกันในลักษณะของ เครือข่าย โดยการจัดการทรัพยากรทั้งในมิตินามธรรม ซึ่งได้แก่ ชุดความคิด ความรู้ ความเชื่อ และมิติที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ วัตถุ อาคาร สถานที่ ในลักษณะทางกายภาพ เพื่อนำสรรพสิ่งเหล่านั้นมาสร้างสวัสดิการที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของมนุษย์ในชุมชน สังคมตามอารยธรรมนั้น ๆ ทั้งนี้สามารถจำแนกองค์ประกอบของทุนชุมชน ออกเป็น 6 องค์ประกอบหลักที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) ทุนมนุษย์ (human capital) 2) ทุนสังคม (social capital) 3) ทุนกายภาพ (physical capital) 4) ทุนธรรมชาติ (natural capital) 5) ทุนการเงิน (financial capital) และ 6) ทุนวัฒนธรรม (cultural capital) (Akkaraseranee, 2012)

และกล่าวได้ว่าทุนชุมชน หมายถึง สรรพสิ่งใดๆ ก็ตามที่มีอยู่ในชุมชนทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่เกิดขึ้นจากฝีมือหรือมันสมองภูมิปัญญาที่มีมูลค่าหรือคุณค่าของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม คน วัฒนธรรม ประเพณี หรือปัจจัยบริการด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ รวมถึง เงิน ที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีมูลค่าต่อการดำเนินวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันด้วย (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2553) โดยทุนชุมชนแบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. ทุนมนุษย์ (Human Capital) หมายถึง ความรู้ความชำนาญด้านต่างๆ ของคนทุกเพศทุกวัย ได้แก่ ความรู้ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านภูมิปัญญา เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ครู พระสงฆ์ กลุ่มองค์กรต่าง ๆ เด็กสตรี เยาวชนผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ เด็กกำพร้า เป็นต้น รวมถึงผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจทั้งยากจน และร่ำรวย

2. ทุนทางสังคม (Social Capital) หมายถึง ทรัพยากรทางสังคมที่ประชาชนใช้เพื่อการดำรงชีพ รวมทั้งความไว้วางใจ เชื่อใจ การยอมรับซึ่งกันและกันของคนในชุมชนกลุ่มองค์กร เครือข่ายภาคประชาชน ภาคประชาสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ตลอดจนความเชื่อถือศรัทธา และวัฒนธรรมที่สืบทอดมายาวนาน

3. ทุนกายภาพ (Physical Capital) หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์ได้สร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตหรือปัจจัยพื้นฐานในการผลิตที่สนับสนุนการดำรงชีพของประชาชน ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ระบบไฟฟ้า ประปา ระบบพลังงาน การสื่อสารโทรคมนาคม โบราณวัตถุ โบราณสถาน หรือสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เป็นต้น

4. ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดศักยภาพในการดำรงชีวิต และประกอบอาชีพของประชาชนในชุมชน ได้แก่ แหล่งน้ำ ธรรมชาติ ป่าไม้ ดิน น้ำ ภูเขา ทะเล เกาะ ถ้ำ สัตว์ป่า แร่ธาตุ พลังงาน พืชพันธุ์ธัญญาหาร เป็นต้น

5. ทุนการเงิน (Financial Capital) หมายถึง ทรัพยากรที่เป็นตัวเงินตรา รวมถึงโอกาสทางการเงินที่ประชาชนใช้เพื่อการดำรงชีพ ได้แก่ เงินบำนาญ ค่าตอบแทน เงินกองทุนต่างๆ

6. ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ และ จับต้องไม่ได้ ทุนทางวัฒนธรรมที่จับได้ เช่น โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม ผลงานศิลปะแขนงต่าง ๆ ทั้งภาพวาด หัตถกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ วรรณกรรม เหล่านี้มักจะ วัฒนธรรมเป็นตัวแทนได้ ส่วนทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความเชื่อ จารีต ประเพณี วิถีชีวิต

ทุนชุมชน มีผลต่อวิถีชีวิตของประชาชนและความเข้มแข็งของชุมชน ไม่ว่าจะเกิดปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันหรือปัญหาที่ชุมชนยังไม่เกิดก็ตาม ประชาชน/ชุมชนจะรู้เท่าทัน และสามารถจัดการ ทุนชุมชน ได้ หากชุมชนนั้นมีทุนชุมชนที่สมบูรณ์ สมดุลและเข้มแข็ง คล้ายคลึงกับ พระปลัด ประพจน์ อยู่สำราญ และรัชฎาพร เกตานนท์ (2561) แนวทางแห่งธรรม ซึ่งได้กล่าวถึงทุนทางสังคม

ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจและยอมรับ มากขึ้นในปัจจุบันว่ามีส่วนสัมพันธ์กับการพัฒนาที่ยั่งยืนและคุณภาพชีวิตของประชาชนทำให้คนมี ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข การพัฒนาและใช้ทุนทางสังคมจึงน่าจะเป็น ทางออกให้กับการแก้ไขปัญหาของสังคมไทย หากมีการจัดการทุนทางสังคมและนำมาใช้ให้เกิด ประโยชน์ย่อมมีส่วนช่วยให้คุณภาพชีวิตของประชาชนมี ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและดำเนินชีวิตใน สังคมได้อย่างมีความสุข

ทุนชุมชนมีบทบาทที่สำคัญอันเป็นผลสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่นและสามารถนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ โดยการดึงเอาศักยภาพของทุนชุมชนที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ ออกมาร่วม อนุรักษ์ พัฒนาและต่อยอดการใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการ และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของชุมชนได้ด้วยการพึ่งพาตนเองของชุมชน (Puang-ngam, 2010) ซึ่งในมิติการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่นเชิงโครงสร้างและองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนถือเป็นการจัดการการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ ป่า อากาศ ให้มีความสมบูรณ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ปราศจากมลพิษ เอื้อต่อการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่และนำทุนชุมชนมาแปรรูปเข้าสู่กระบวนการจัดการเศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และนำไปสู่สังคมสวัสดิการที่สร้างความอยู่ดีกินดีให้แก่ประชาชนในชุมชนท้องถิ่น

Kretmznn, Jhon P. and Jhon L McKnight ได้ให้แนวคิดในการสร้างความเข้มแข็งชุมชนด้วยทุนชุมชน โดยเปรียบเทียบแนวคิดดั้งเดิม และแนวคิดใหม่ในการพัฒนาชุมชนไว้ดังนี้

**ตารางที่ 2** เปรียบเทียบแนวคิดดั้งเดิม และแนวคิดใหม่ในการสร้างความเข้มแข็งชุมชนด้วยทุนชุมชน

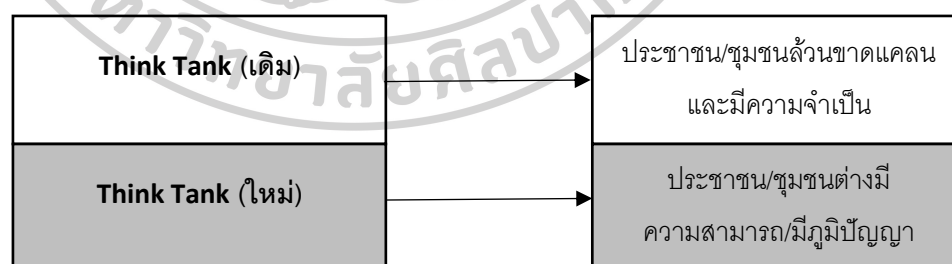
| ที่ | ประเด็นความคิด      | แบบดั้งเดิม                             | แบบใหม่   |
|-----|---------------------|---|---|
| 1   | แนวคิดพื้นฐาน       | เริ่มต้นจากการศึกษาหาความจำเป็นทั้งหลาย | เริ่มต้นจากการศึกษาหาความจำเป็นทั้งหลาย             |
| 2   | การกำหนดเป้าหมาย    | เพื่อเปลี่ยนแปลงสถาบัน                  | เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง                             |
| 3   | การสนทนาแลกเปลี่ยน  | เพื่อพิจารณาปัญหา/ความกังวล             | เพื่อพิจารณาทักษะความใฝ่ฝัน                         |
| 4   | ผู้นำการเปลี่ยนแปลง | คืออำนาจ                                | คือความสัมพันธ์                                     |
| 5   | การมองประชาชน       | คือผู้บริโภค/ลูกค้า                     | ผู้นำการเปลี่ยนแปลง/เจ้าของปัญหาและเป็นเจ้าของชุมชน |

ในเวลาเดียวกัน Kretzmnn, Jhon P. and Jhon L McKnight ก็ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ และการประเมิน ปัญหา/ความจำเป็น โดยใช้เครื่องมือการจัดลำดับความสำคัญ (Priority) เพื่อใช้ในการตัดสินใจ (Make Decision) ว่ามีความจำเป็น/ปัญหาในลำดับใดบ้าง ที่ต้องมีการบริหารจัดการ (Management) และระดมสรรพทรัพยากรของชุมชนอย่างจริงจัง ดังนั้นการพัฒนาชุมชนควรมีการเลือกเส้นทางใดก่อน หลัง หรือระหว่าง การศึกษาค้นหาปัญหา/ความต้องการ กับการศึกษาค้นหาทุนชุมชน ด้วยการเปรียบเทียบดังนี้

**ตารางที่ 3** สรุปการวิเคราะห์การประเมินปัญหา/ความจำเป็นกับการศึกษาค้นหาทุนชุมชน

| ปัญหา/ความจำเป็น                                 | ทุนสังคม  |
|--|---|
| - มุ่งเน้นที่ ความขาดแคลน (Lack)                 | - มุ่งเน้นที่ ประสิทธิภาพ (Effectiveness)               |
| - ส่งผลให้ต่างคนต่างอยู่ แก้ไขปัญหาในชุมชนไม่ได้ | - เกิดปฏิสัมพันธ์ และพัฒนาสู่ชุมชนเข้มแข็ง              |
| - ส่งผลให้ประชาชน เป็นผู้พึ่งพาอาศัยบริการ       | - ชุมชนสามารถค้นหาทางออกของปัญหาด้วยทุน ปัญญาของประชาชน |
| - ประชาชนมีส่วนร่วมน้อยต่อการแก้ปัญหาชุมชน       | - ประชาชนสามารถแก้ไขปัญหาชุมชนได้ตัวเอง                 |

สามารถสรุปกรอบความคิดระหว่าง แบบดั้งเดิม และแบบใหม่ได้ดังนี้

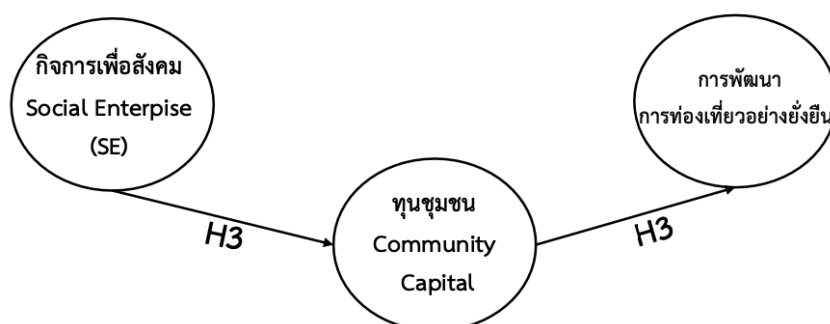


**ภาพที่ 8** กรอบความคิดระหว่าง แบบดั้งเดิม และแบบใหม่

ดังนั้นสิ่งที่ตอกผลึกสำหรับปัญหา/ความจำเป็น และทุนทางสังคม คือสิ่งที่เราควรเริ่มต้นพัฒนาชุมชนด้วยการค้นหา “ทุนชุมชน”

จากการวิเคราะห์วรรณกรรมและความเชื่อมโยงดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้กำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพที่ 9

สมมติฐานที่ 3 : กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 9 สมมติฐานที่ 3 : กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

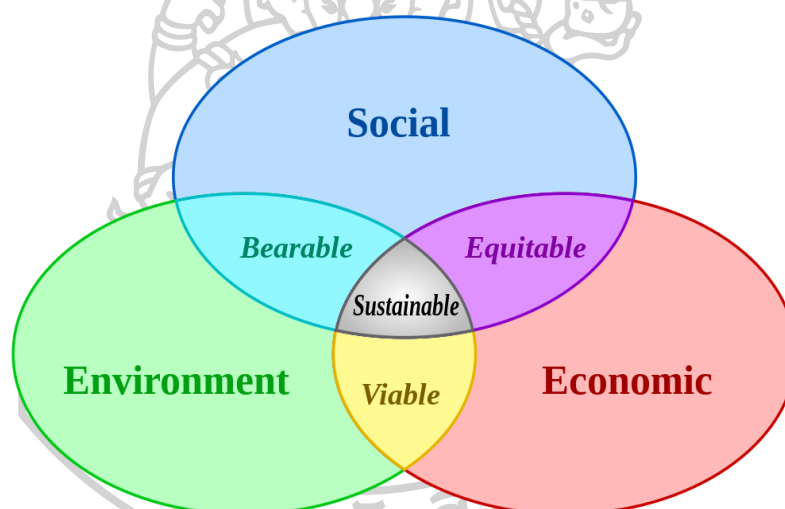
## 6.แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) เป็นหลักการจัดการองค์การเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่มนุษย์พร้อมกันยังรักษาความสามารถของระบบธรรมชาติไว้เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติและบริการระบบนิเวศซึ่งเศรษฐกิจและสังคมต้องพึ่งพา โดยผลที่คาดหวังคือสภาพสังคมที่มีการใช้ภาวะการครองชีพและทรัพยากรเพื่อบรรลุความต้องการของมนุษย์โดยไม่บ่อนทำลายบูรณภาพและเสถียรภาพของระบบธรรมชาติ การพัฒนาอย่างยั่งยืนยังนิยามได้ว่าเป็นการพัฒนาที่บรรลุความจำเป็นในปัจจุบันโดยไม่ลดทอนความสามารถของชนรุ่นหลังในการบรรลุความจำเป็นของพวกเขา เป้าหมายความยั่งยืน เช่น เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับสหประชาชาติปัจจุบัน จัดการกับความท้าทายทั่วโลก รวมทั้งความยากจน ความเหลื่อมล้ำ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเสื่อมโทรมของธรรมชาติ สันติภาพและความยุติธรรม

มโนทัศน์การพัฒนาอย่างยั่งยืนสมัยใหม่ส่วนใหญ่รับมาจากงานบรุนด์ทแลนด์ ค.ศ. 1987 แต่ยังมีรากในความคิดก่อนหน้านั้นเกี่ยวกับการจัดการป่าอย่างยั่งยืนและความกังวลเรื่องสิ่งแวดล้อม ในคริสต์ศตวรรษที่ 20 เมื่อการพัฒนา มโนทัศน์การพัฒนาอย่างยั่งยืนดำเนินไป มันได้เลื่อนความมุ่ง

สนใจต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและการปกป้องสิ่งแวดล้อมสำหรับชนรุ่นหลังมากขึ้น ๆ เศรษฐกิจสมัยใหม่กำลังต่อสู้เพื่อประนีประนอมระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างทะเยอทะยานและข้อผูกมัดในการสงวนทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ ซึ่งปกติทั้งสองประเด็นนี้มักมองว่ามีสภาพขัดแย้งกัน

มโนทัศน์การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องที่ถูกวิจารณ์มาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน รวมทั้งปัญหาว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นจะให้อะไรยั่งยืน มีการให้เหตุผลว่าการใช้ทรัพยากรธรรมชาติแบบใช้แล้วหมดไปอย่างยั่งยืนไม่มีอยู่จริง เพราะการสำรวจขุดเจาะใด ๆ สุดท้ายจะทำให้ปริมาณที่มีอยู่จำกัดในโลกหมดไปอยู่ดี เมื่อใช้ทัศนคตินี้แล้วทำให้การปฏิวัติอุตสาหกรรมทั้งหมดไม่ยั่งยืนตามไปด้วย มีการให้เหตุผลว่าความหมายของมโนทัศน์ดังกล่าวถูกฉวยโอกาสขยายจาก "การจัดการอนุรักษ์" มาสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ และรายงานบรันดท์ลันด์ส่งเสริมยุทธศาสตร์ธุรกิจแบบเดิม ๆ สำหรับการพัฒนาโลก โดยแนบมโนทัศน์ที่กำกวมและไม่มีแก่นสารไปด้วยเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 10 แผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนประกอบด้วยสามส่วน

การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงมีส่วนประกอบพื้นฐานที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนประกอบทั้งสามนี้จะเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน วัตถุประสงค์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวคิดของ Edward Barbier คือ การบรรลุเป้าหมายทั้งสามองค์ประกอบนี้ให้ได้ดีที่สุด และโดยที่สังคมไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่สูงสุดในทุกส่วนประกอบได้ จึงจำเป็นต้องยอมลดเป้าหมายในบางองค์ประกอบ เพื่อให้เป้าหมายในองค์ประกอบอื่นเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการจัดลำดับความสำคัญระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ว่าจะให้องค์ประกอบใดมีลำดับความสำคัญที่สูงกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น ถ้าให้ลำดับความสำคัญทางด้านการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอันดับแรก ก็อาจต้องชดเชยด้วยการให้เป้าหมายทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมลดลง

องค์ประกอบทางเศรษฐกิจ สังคมต้องสร้างความเจริญเติบโตที่ทำให้เกิดกระแสรายได้ที่เหมาะสม ในขณะที่ยังรักษาไว้ซึ่งสต็อกของทุนที่มนุษย์สร้างขึ้น ทุนมนุษย์และทุนธรรมชาติ เป้าหมายพื้นฐาน 3 ประการของระบบเศรษฐกิจ คือ

1. การเพิ่มขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการ
2. การตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชน หรือการลดปัญหาความยากจน
3. ทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมเพิ่มขึ้น

องค์ประกอบทางด้านสังคมของการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นจะต้องวางอยู่บนรากฐานของ 2 หลัก คือ หลักการความยุติธรรม และหลักการความเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในระยะยาว การเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสของคนในสังคมจะต้องมีความเท่าเทียมกัน สิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์อื่น ๆ เช่น อาหาร สาธารณสุข การศึกษา ที่อยู่อาศัยและโอกาสในการพัฒนาตนเอง ความเป็นธรรมในสังคมนี้นับยั้งถึงโอกาสที่เท่าเทียมกันของประชาชนทุกคนในด้านการศึกษาและการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างผลิตภาพให้แก่สังคม สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป้าหมายทางสังคมทั้งด้านของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเป็นธรรมในสังคม ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ และการมีส่วนร่วมของประชาชนประสบความสำเร็จ

องค์ประกอบทางด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การรักษาไว้ซึ่งสต็อกของทุนธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา แร่ธาตุอันเป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่ควรดำรงอยู่ที่ทำให้ส่วนประกอบทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ความเสถียรภาพของระบบนิเวศน์ของโลกจะไม่ถูกรบกวนหรือกระทบกระเทือน

Viable – ปฏิบัติได้ : สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ก่อให้เกิดผลเชิงบวกทั้งต่อเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

Bearable – รับได้ : สภาพแวดล้อมเกิดสมดุล โดยใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและธรรมชาติสามารถแบกรับได้ ส่วนในด้านสังคม มีการพัฒนาในเชิงบวกด้านสิทธิเสรีภาพและโอกาสของเด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาสอื่นๆ และเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนยอมรับ

Equitable – ยุติธรรม : การพัฒนาก่อให้เกิดความเท่าเทียมทางด้านเศรษฐกิจและโอกาสของทุกคนในสังคม

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ กำหนดเป้าหมายการพัฒนาโดยอาศัยกรอบความคิดที่มองการพัฒนาเป็นมิติของ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีความเชื่อมโยงกัน เรียกว่า หรือ Tourism and The Sustainable Development Goals Journey to 2030 ซึ่งมีความสอดคล้องกับ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ซึ่ง

ใช้เป็นทิศทางการพัฒนาตั้งแต่ต้นเดือนกันยายน 2558 ถึงเดือน สิงหาคม 2573 รวมครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี โดยประกอบด้วย 17 เป้าหมาย (Goals) คือ

1. จัดความยากจนในทุกรูปแบบในทุกที่

การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดรายได้ ในระดับท้องถิ่น และชุมชน สามารถเชื่อมโยงกับแผนกลยุทธ์ของชาติ เพื่อลดปัญหาความยากจน โดยใช้ทักษะพื้นฐานที่มีในท้องถิ่นที่สามารถทำได้ โดยเฉพาะเด็กและสตรี

2. จัดความหิวโหย บรรลุเป้าความมั่นคงทางอาหาร และโภชนาการที่ดี และส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืน

การท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นการเกษตรแบบยั่งยืนด้วยการส่งเสริมการผลิต เพื่อส่งผลผลิตไปยังโรงแรมและจัดการขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมพร้อมกับเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยว

3. ทำให้แน่ใจถึงการมีสุขภาวะที่ดีในการดำรงชีวิต และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนในทุกช่วงอายุ

รายได้จากภาษีที่เกิดจากการท่องเที่ยวสามารถนำไปลงทุนในการดูแลสุขภาพและบริการด้านสุขภาพให้กับสตรีที่ตั้งครรภ์ ลดอัตราการเสียชีวิตของเด็ก และป้องกันโรค โดยการเก็บค่าธรรมเนียมในพื้นที่คุ้มครอง รวมทั้งสามารถมีส่วนร่วมในการให้บริการด้านสุขภาพ

4. ทำให้แน่ใจถึงการได้รับการศึกษาที่ได้คุณภาพอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน

การท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่มีศักยภาพ และทักษะของแรงงานเป็นสิ่งที่ช่วยในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรให้การศึกษากับกับเด็ก สตรี และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. บรรลุถึงความเท่าเทียมทางเพศ และเสริมสร้างพลังให้แก่สตรีและเด็กหญิงทุกคน

การท่องเที่ยวสามารถช่วยให้เกิดการจัดหางานให้กับผู้หญิง ในการทำงานในธุรกิจการท่องเที่ยว และการโรงแรม โดยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้หญิงได้มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ และสามารถเป็นผู้นำในทุกด้านของสังคม

6. ทำให้แน่ใจว่าเรื่องน้ำ และการสุขาภิบาลได้รับการจัดการอย่างยั่งยืน และมีสภาพพร้อมใช้สำหรับทุกคน

น้ำ และการสุขาภิบาล เป็นสาธารณูปโภคที่สำคัญกับการท่องเที่ยว ความเพียงพอ น้ำ และความปลอดภัยของสุขอนามัย สำหรับนักท่องเที่ยว การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพในการ



ท่องเที่ยวการควบคุมมลพิษโดยนำเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ มาช่วยในการปกป้องทรัพยากรที่มีค่าที่สุดของเรา

7. ทำให้แน่ใจว่าทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานทันสมัยที่ยั่งยืนเชื่อถือได้ตามกำลังซื้อของตน ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการใช้พลังงานมาก สามารถช่วยเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยการส่งเสริมการลงทุนในแหล่งพลังงานสะอาด การท่องเที่ยวสามารถช่วยลดก๊าซเรือนกระจกลดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และนำไปสู่การเข้าถึงพลังงานสำหรับทุกคน

8. ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและทั่วถึงให้เป็นไปอย่างยั่งยืน ส่งเสริมศักยภาพการมีงานทำ และการจ้างงานเต็มที่ และมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน

การท่องเที่ยวเป็นการขายบริการ 1 ใน 4 ของรายได้ทั่วโลกมาจากอาชีพการบริการ โอกาสในการทำงานที่มีคุณค่าโดยเฉพาะสำหรับเยาวชนและผู้หญิง รวมถึงนโยบายที่สนับสนุนการกระจายความเสี่ยงที่ดีขึ้นผ่านการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวยังส่งผลเชิงบวกต่อห่วงโซ่คุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

9. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนและทั่วถึง และสนับสนุนนวัตกรรม

การพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและเอกชนที่ดี ทุกภาคส่วนสามารถผลักดันนโยบายสาธารณะสำหรับการพัฒนาและเพิ่มเติมโครงสร้างพื้นฐานให้ยั่งยืนด้วยการใช้นวัตกรรมและทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและมุ่งสู่การลดคาร์บอน ทั้งการเจริญเติบโตที่มากขึ้นจะดึงดูดนักท่องเที่ยวและแหล่งการลงทุนต่างประเทศอื่นๆ มากขึ้นด้วย

10. ลดความเหลื่อมล้ำทั้งใน และระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวอาจเป็นเครื่องมือทรงพลังที่ช่วยในการลดความไม่เท่าเทียมกัน การมีส่วนร่วมของประชากรในท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนา การท่องเที่ยวสามารถนำไปสู่การพัฒนาฟื้นฟูเมือง และการพัฒนาท้องถิ่นโดยให้โอกาสผู้คนในพื้นที่ท้องถิ่นของตน การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือมีประสิทธิภาพสำหรับการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และการกระจายความเสี่ยง

11. ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัยทั้งถึง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและยั่งยืน

การท่องเที่ยวสามารถนำไปสู่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเมือง การเข้าถึงได้ง่าย ช่วยส่งเสริมการฟื้นฟู และอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ สันทนาการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการท่องเที่ยว การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว (การขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อลดมลพิษทาง

อากาศ) ส่งผลให้เป็น Smart City และเป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยว

## 12. ทำให้แน่ใจถึงการมีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

ภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องยอมรับการบริโภค และการผลิตอย่างยั่งยืน (SCP) เนื่องจากการเข้าสู่ช่วงการเปลี่ยนไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน มีเครื่องมือในการตรวจสอบความยั่งยืน ผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว น้ำ ขยะ ความหลากหลายทางชีวภาพ และการสร้างงานจะส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น

## 13. การดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

การท่องเที่ยวมีส่วนได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยวควรมีบทบาทในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั่วโลก โดยการลดปริมาณคาร์บอนในภาคการขนส่ง และที่พัก การท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์การเติบโตของคาร์บอนที่ต่ำ ซึ่งเป็นความท้าทายที่เร่งด่วนที่สุดช่วงเวลานี้

## 14. อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เป็นไปอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวในรูปแบบชายฝั่ง และทางทะเล จำเป็นต้องพึ่งพาระบบนิเวศทางทะเลที่แข็งแกร่ง การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องเป็นส่วนหนึ่งของ Integrated Coastal Zone Management เพื่อช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่ง และอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเลที่เปราะบาง เพื่อช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจสีน้ำเงิน และสนับสนุนการใช้ทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน

## 15. พืชพันธุ์ บุรณะ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ที่ยั่งยืนของระบบนิเวศบนบก จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้กับการแปรสภาพเป็นทะเลทราย ภัยแล้งและฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของที่ดิน หยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

ความหลากหลายทางชีวภาพที่หลากหลาย และมรดกทางธรรมชาติมักเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม การท่องเที่ยวสามารถมีบทบาทสำคัญ ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในโซนที่ต้องอนุรักษ์ แต่ในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ยังสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการทำมาหากินของชุมชนท้องถิ่นเช่นกัน

## 16. ส่งเสริมให้สังคมมีความเป็นปกติสุข ไม่แบ่งแยก เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีการเข้าถึงความยุติธรรมโดยทั่วหน้า และสร้างให้เกิดสถาบันอันเป็นที่พึ่งของส่วนรวม มีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับในทุกระดับ

ในขณะที่การท่องเที่ยวยังคงดำเนินไป การเผชิญหน้าของคน ส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม และความศรัทธา ความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม เข้าใจรากฐานของสังคมทำให้เกิดสังคมที่สงบสุขมากขึ้น ประโยชน์จากการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นยังสามารถรวมความสงบสุขช่วยลด ความขัดแย้งสังคมได้อีกด้วย

17.เสริมสร้างความเข้มแข็งในวิธีการปฏิบัติให้เกิดผล และสร้างพลังแห่งการเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความหลากหลายทางธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมจากการท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วม ความเข้มแข็งของภาคเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลาย ระหว่างประเทศ ระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น ได้มาทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของ SDGs เพื่อสร้างนโยบายสาธารณะ และมีการจัดหาเงินทุนเพื่อสนับสนุนการเสริมสร้างนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการบรรลุเป้าหมายในปี 2030

สำหรับประเทศไทยนั้น นอกจากการพัฒนาใน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตามแนวทางของ SDGs แล้ว ประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับมิติทางด้านวัฒนธรรมอีกด้วย ที่จะช่วยทำให้บรรลุความสำเร็จของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

## 7. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Sustainable Tourism เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกันมากขึ้น เนื่องจากความตื่นตัวด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวที่หันมานิยมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

### ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

มีผู้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้หลายนิยาม ดังนี้ การประชุม Globe'90 (2533) ให้คำจำกัดความว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาทรัพยากรของชนรุ่นหลังด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

ราชบัณฑิตยสถานได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้เป็นประโยชน์ได้ยาวนานที่สุด

สวอ์บรูค (Swarbrooke J, 1998) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า เป็นการท่องเที่ยวซึ่งทำให้เศรษฐกิจเจริญงอกงาม แต่จะต้องไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและโครงสร้างทางสังคมของชุมชนในท้องถิ่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามข้อตกลงระหว่างประเทศประกอบด้วยหลักการดังต่อไปนี้

1. สิ่งแวดล้อมเป็นทรัพย์สินสมบัติที่สำคัญและมีคุณค่ายิ่งต่อการท่องเที่ยว ต้องรักษาไว้ให้สภาพเหมือนเดิม สำหรับลูกหลานในอนาคตมิใช่ถูกทำลายในระยะสั้น
2. การท่องเที่ยวเป็นการจัดกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกประโยชน์ให้กับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเสมอภาคเท่ากับนักท่องเที่ยว หมายถึง มิใช่ให้นักท่องเที่ยวแสวงหาผลประโยชน์จากชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียว ชุมชนควรได้รับประโยชน์เท่าเทียมกันจากการท่องเที่ยวด้วย
3. การจัดการเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม ต้องส่งผลกระทบต่อพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องไม่ทำลายทรัพยากร หรือก่อให้เกิดผลเสียหายในอนาคตและส่งผลกระทบต่อการทำลายสิ่งแวดล้อม
4. กิจกรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวควรจะยอมรับสภาพธรรมชาติและลักษณะของสถานที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของกิจกรรมหรือการพัฒนาดังกล่าวแล้ว กล่าวคือ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดเปราะบางทางธรรมชาติมากเกินไปก็ควรพัฒนาสถานที่นั้นภายในขอบเขตและให้กระทบต่อธรรมชาติน้อยที่สุด เช่น จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว จำกัดกิจกรรมและเวลาของการท่องเที่ยว
5. ความกลมกลืนที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต้องเกิดจากความต้องการของท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยว
6. การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงต้องไม่ทำลายหลักการของการพัฒนาอย่างยั่งยืน
7. องค์กรทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรในท้องถิ่น และองค์กรสิ่งแวดล้อมต้องยอมรับในหลักการดังกล่าวแล้ว และจะต้องปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่แท้จริงหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีดังต่อไปนี้

1. มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติในการทดแทนฟื้นฟูให้สามารถผลิตและให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดไปโดยไม่ลดถอยหรือเสื่อมโทรมลง
2. ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Local Participation)
3. มีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ชุมชนท้องถิ่น (Equality)
4. ให้ประสบการณ์นั้นหนทางการที่มีคุณค่า (Quality of Experience)

5. ให้ผู้มาเยือน/ นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ทรัพยากรและวิถีชีวิต (Education and Understanding)
6. เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและใช้วัสดุในท้องถิ่น (Local Architecture and Local Material)
7. เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและระดับประเทศ (Integration of Sustainable Tourism to Local, Religion and National Plans)
8. เน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นการตัดสินใจและการติดตามตรวจสอบ (Monitoring and Evaluation)

สวอร์บรูค (Swarbrooke J, 1998) ได้กล่าวถึงหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่ต่อต้านการเจริญเติบโตอันเนื่องมาจากการพัฒนา แต่ต้องเน้นข้อจำกัดของการเจริญเติบโตและการท่องเที่ยวต้องจัดการบริหารภายใต้ข้อจำกัดนี้
2. ต้องจัดการวางแผนและการจัดการที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์
3. คำนึงถึงผลกระทบยาวมากกว่าระยะสั้น
4. การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมิได้มุ่งเน้นการจัดการสิ่งแวดล้อมแต่รวมไปถึงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองและการบริการ
5. ให้ความสำคัญกับความต้องการที่ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจแต่ต้องอยู่ภายใต้ความเสมอภาคและยุติธรรม

อีเบอร์ (Shirley Eber, 1993) ได้อธิบายถึง หลักการพื้นฐาน (Principles) ของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 10 ประการ ดังนี้

1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอดี(Using Resource Sustainable) หมายถึงต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย

1.1 การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูน และเสริมสร้างไว้ให้มีมากเพียงพอต่อการใช้เพื่อการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม

1.2 การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้น ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดอย่างเหมาะสมจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing Over Consumption and Waste) ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันวางแผนการจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติและมีคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก ส่วนการลดของเสีย เช่น ขยะปฏิกูลต้องหาวิธีการจัดการโดยการแยกประเภทขยะ ขยะแห้งอาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมา ใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse Renew Recycle) ขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์และน้ำหมักปุ๋ยจุลินทรีย์ได้

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ต้องวางแผนขยายรากฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณสถานทีนั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. ประสานการพัฒนการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) ต้องมีการประสานแผนการพัฒนาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) ต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวให้มากขึ้นเป็นการสร้างรายกระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving Local Communities) ต้องร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์การรวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขาย การท่องเที่ยว

ด้วยกัน นอกจากนี้ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. มีการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and The Public) ต้องมีการประสานกับประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ ร่วมประชุมหารือถึงการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกันเป็นการลดข้อขัดแย้งในด้านผลประโยชน์ที่ต่างกัน

8. การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ความรู้ การฝึกอบรมการส่งเจ้าหน้าที่ดูงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. การจัดเตรียมข้อมูล คู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) ต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการขายให้พร้อมและเพียงพอต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปแบบสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ วีดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking Research) จำเป็นต่อการแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่าคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวโดยจะต้องมีการประเมินผลการตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอโดยการสอบถามผู้ใช้บริการ โดยตรงการสอบถามความเห็นจากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยวเพื่อทราบผลของการบริการ นำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

(เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) กล่าวว่าหลักการการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีหลักเกณฑ์ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกของชุมชนต้องควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวของชุมชน กำหนดแหล่งทรัพยากรที่ต้องการทำนุบำรุงและส่งเสริม กำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ในการพัฒนาและบริหารจัดการ

2. ความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวควรพัฒนาขึ้นจากความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

3. การสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ การจัดหางานที่ดีและเหมาะสมกับคนในพื้นที่ควรเป็นส่วนหนึ่งของภาพรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ การให้โอกาสคนในท้องถิ่นเข้ามาร่วมบริหารและจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว การให้การศึกษา การฝึกอบรมกับคนในท้องถิ่น และให้โอกาสในการเข้าถึงเงินทุนในการประกอบธุรกิจ

4. การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว มีการพัฒนาการท่องเที่ยว ความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มต่างๆ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในการวางแผนการพัฒนาและการดำเนินงานบริหารทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการด้านต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่ามีการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันระหว่างสมาชิกชุมชนนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต่าง ๆ

5. การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าเกิดประโยชน์สูงสุด เราทุกคนไม่ว่าจะนักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวและชุมชน ควรจะรักษาทรัพยากรให้อยู่ในสภาพที่ดีไม่น้อยกว่าสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องหลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรที่ไม่สามารถนำกลับมาสู่สภาพเดิมได้

6. การวางแผนระยะยาว ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องให้หลักประกันว่าพื้นที่นั้นๆ จะไม่เสียหายจากการดำเนินกิจกรรมใด ๆ เพียงเพื่อประโยชน์สั้น ๆ

7. ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมการสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่และความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ ด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและมนุษย์ ตลอดจนการตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมมือระหว่างรัฐบาล ชุมชนท้องถิ่นและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนองค์การไม่แสวงหากำไร

8. ความสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาต่าง ๆ กลยุทธ์และแผนด้านการท่องเที่ยวจะต้องได้รับการเชื่อมโยงเข้ากับนวัตกรรมและแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับต่าง ๆ

9. ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติ ตลอดไปจนถึงหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นมาก โดยเฉพาะนโยบายด้านการท่องเที่ยวและนโยบายสิ่งแวดล้อม

10. การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากแต่ละธุรกิจดำเนินงานด้านใดด้านหนึ่ง ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ หรือคุณภาพการทำงานของธุรกิจด้านอื่น ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้



11. การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว มีความจำเป็นที่จะต้องประเมินผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับของพื้นที่จะต้องได้รับการพิจารณาโดยครอบคลุมทั้งข้อจำกัดและการพัฒนาด้านกายภาพ ธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม จะต้องมีความสอดคล้องกับข้อจำกัดของท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมแผนการดำเนินงานใด ๆ ควรได้รับการประเมินผลอย่างสม่ำเสมอและมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเหมาะสม

12. การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ จะต้องมีการพัฒนาแนวทางหรือหลักเกณฑ์ สำหรับการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องมีการสร้างประมวลจรรยาบรรณในการปฏิบัติ สำหรับการท่องเที่ยวในทุกระดับ รวมทั้งการพัฒนาคู่มือและชี้แจงข้อจำกัดสำหรับผู้ใช้ผู้วัดผลกระทบ และความสำเร็จของโครงการท่องเที่ยว

13. การเน้นผลประโยชน์ชุมชน คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในขณะเดียวกันก็ต้องแน่ใจว่าการตัดสินใจในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนานั้นสะท้อนให้เห็นถึงการตระหนักในคุณค่าสิ่งแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การบริหารจัดการและการใช้ทรัพยากรสาธารณะต่าง ๆ ควรมีความรับผิดชอบที่สามารถตรวจสอบได้ในฐานะผู้ใช้ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นที่แน่ใจว่าทรัพยากรเหล่านี้ไม่ถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด

14. การพัฒนาคน การศึกษาและหลักสูตรต่าง ๆ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาการศึกษาและหลักสูตรอบรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้กับสาธารณชน ตลอดจนส่งเสริมความสามารถทางธุรกิจ การประกอบอาชีพและความเชี่ยวชาญในสาขาอาชีพต่าง ๆ

15. การเสริมสร้างลักษณะเด่นอัตลักษณ์ของชุมชนและพื้นที่ กิจกรรมต่างๆ ควรมุ่งให้เกิดประสบการณ์ที่มีคุณภาพ อันนำไปสู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขณะที่ยังยึดมั่นในหลักการอื่น ๆ ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

16. การคำนึงขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่ของทรัพยากร ขนาดและประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดและขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรในพื้นที่ โดยเน้นการส่งเสริมให้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มีผลกระทบน้อย

17. การดำรงรักษาทรัพยากรมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม จะต้องช่วยกันดำรงรักษาไว้ให้สืบทอดต่อไป ทั้งนี้โดยใช้หลักเกณฑ์และมาตรฐานสากล

18. การทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อและสะท้อนจริยธรรมของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) อธิบายว่า หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถนำไปสร้างกรอบแนวทางปฏิบัติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ 10 ประการ ดังนี้

1. มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อนแล้วค่อยพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไปเพื่อให้เหมาะสมกับระบบสาธารณูปโภคที่รองรับเป็นสิ่งสำคัญ

2. มุ่งให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

3. มุ่งพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับทุก ๆ ด้าน เพื่อผลักดันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น ๆ

4. มุ่งให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและห่วงใยในสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

5. มุ่งใช้วัสดุและผลผลิตในท้องถิ่น เพื่อช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางใดทางหนึ่งและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนไทยในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย

6. มุ่งกระจายรายได้และนำรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นให้มากที่สุด เพื่อประโยชน์ในระยะยาวของชุมชนท้องถิ่น

7. มุ่งจ้างงานในท้องถิ่นด้วยการส่งเสริมรูปแบบของงานที่น่าสนใจ เพื่อให้ผลตอบแทนสูงแก่ชุมชนท้องถิ่นนั้น

8. มุ่งพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น เพื่อจะช่วยยกระดับของบริการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

9. มุ่งรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้อยู่รอดในระยะยาวเพื่อเป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวตลอดไป

10. มุ่งทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคระหว่างภาคธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้การทำงานขององค์การท้องถิ่น องค์การด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐบาลร่วมกันบนหลักการ

ปัจจุบันได้มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสังคม-วัฒนธรรม (Social-Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Tourism) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (History Tourism) อย่างไรก็ตาม รูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องประกอบด้วย 3 มิติ

1. การจัดการสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืน
2. การจัดการด้านเศรษฐกิจให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้
3. การจัดการด้านสังคมและวัฒนธรรมให้กระทบน้อยที่สุด

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมขอบข่ายของการท่องเที่ยวแบบอื่นๆ หลายรูปแบบ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมุ่งพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐบาล ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว ชุมชนในท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเป้าหมายสูงสุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวคือต้องการให้การท่องเที่ยวทุกรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน แต่ความหวังนี้จะสำเร็จหรือไม่ คำตอบอยู่ที่ทุกคนซึ่งมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว

### การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) นักวิชาการให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปในขณะที่เดียวกันก็ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน” (พัทธรัตน์ มณีวรรณ, 2554)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวว่าแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 6 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาศาสนที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชม โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย
2. องค์ประกอบการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
3. องค์ประกอบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนารูปแบบด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วย

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5. องค์ประกอบการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเอง และให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6. องค์ประกอบการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายโดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝัง จิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา มนุษย์เริ่มมีความตระหนักมากขึ้นว่าความเจริญก้าวหน้าและความเติบโตด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นก่อให้เกิดผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อมของโลก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาน้ำเน่า ขยะ อากาศเป็นพิษ หรือชั้นโอโซนในบรรยากาศถูกทำลาย ความตระหนักในปัญหาเหล่านี้ได้นำมาสู่ความตื่นตัวในเรื่องของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในปี ค.ศ. 1980 International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources ได้จัดพิมพ์หนังสือชื่อ World Conservation Strategy ซึ่งได้กล่าวถึงแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นครั้งแรก ต่อมาในปี ค.ศ. 1987 World Commission on Environment and Development ได้จัดพิมพ์รายงานชื่อ Our Common Future ซึ่งได้กล่าวถึงแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและได้ให้ความสำคัญจนเป็นที่สนใจกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งแนวคิดของการพัฒนาแบบยั่งยืน หมายถึงคิดการพัฒนาที่มุ่งเน้นปรับปรุงคุณภาพของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น โดยให้การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กันไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างกลมกลืน จึงมีหลายมิติหรือหลายองค์ประกอบของแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนดังต่อไปนี้คือ (พิพัทธ์รัตน์ มณีวรรณ, 2554) การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต โดยมิทำให้สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศเสื่อมโทรมลงกว่าเดิม

1. การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องขึ้นนำภายใต้ความต้องการของประชาชนท้องถิ่นในพื้นที่ที่จะทำการพัฒนา
2. การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
3. การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจการพัฒนาอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพให้คงอยู่ในสภาพดีเสมอ
5. การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องลดผลกระทบทางลบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด เพื่อรักษาความสมดุลของระบบธรรมชาติเอาไว้ และไม่ให้มีผลกระทบทางลบต่อระบบนิเวศของท้องถิ่น

ใน ค.ศ. 2010 องค์การการค้าโลก (WTO) ได้กำหนดหลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ 7 ประการ ดังนี้

1. การจัดการท่องเที่ยวต้องอยู่ภายใต้ขีดความสามารถรองรับได้ทางด้านเศรษฐกิจจิตวิทยา สิ่งแวดล้อม และสังคม (Carrying Capacity)
2. ต้องตระหนักถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่นเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมและกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม (Local Needs/ Participation Benefit)
3. กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อผู้มาเยือน (Quality Experience)
4. ให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวและผู้คนท้องถิ่น (Learning and Understanding)
5. เน้นการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะท้อนหรือกลมกลืนกับธรรมชาติหรือสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และพยายามใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น (Nature and Local Architecture)
6. ผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ (Integrated Development)
7. พัฒนารฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามตรวจสอบและตัดสินใจ (Data-Base)

จากแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์จากการท่องเที่ยวภายใต้บริบทของกระแสการพัฒนาทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค นับตั้งแต่การสร้างรายได้ให้กับคนท้องถิ่นในการเป็นเจ้าของที่พัก อันนำไปสู่การยกระดับความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นโดยรวมและยัง

เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนภายนอกกับคนในท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมอันนำไปสู่การเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในสังคมจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ของกรอบแนวคิดการท้องถิ่นอย่างยั่งยืนได้

## 8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วม ได้มีนักวิชาการทำการอธิบายไว้หลายท่าน สรุปให้ได้คำอธิบายในทางเดียวกันพอสังเขป ดังนี้

United Nation Research Institute Development (UNRISD) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การเข้าร่วมดำเนินกิจกรรม และการร่วมรับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมกับกิจกรรมนั้น ในส่วนของ United Nation ยังได้ให้ความหมายว่าเป็นการมีส่วนร่วมที่ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาการเข้ามามีส่วนร่วมทำให้เกิดการพัฒนาและการเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในเรื่องของการพัฒนา (ดำรง ศรีจันทร์, 2554)

อย่างไรก็ตามยังมีนักวิชาการได้มีการขยายความเพิ่มจากคำว่า “การมีส่วนร่วม” โดยจำแนกออกตามกลุ่มที่แสดงถึงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมเข้ามาประกอบด้วย เพื่อขยายความให้เพิ่มมากขึ้น จึงนำมาสู่คำว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชน” ทำให้ได้ความหมายชัดเจนเพิ่มมากขึ้นดังนี้ คือ

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ตั้งแต่การระบุปัญหา การวิเคราะห์ถึงสาเหตุแห่งปัญหา การดำเนินการแก้ไขปัญหา การติดตามผล และการได้ร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการ (กานแก้ว ปัญญาไทย, 2554)

การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่ประชาชนให้ความสมัครใจเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดการเปลี่ยนแปลงเพื่อประชาชนเอง โดยให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อตนเอง ทั้งนี้ไม่ใช่เป็นการกำหนดกรอบแนวคิดจากบุคคลภายนอก (สุจินต์ ดาววีระกุล, 2537)

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมกันรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบต่อประชาชนเอง การที่สามารถทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบทเพื่อแก้ไขปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข ได้รับความเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของชุมชน ขณะเดียวกันต้องยอมรับความจริงที่ว่ามนุษย์นั้นสามารถพัฒนาได้นั้นต้องมีโอกาส และได้รับการชี้แนะอย่างถูกต้อง (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี., 2526)

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา คือ การที่ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องโดยการได้ใช้ความพยายามหรือใช้ทรัพยากร บางอย่างส่วนตนในกิจกรรมซึ่งมุ่งสู่การพัฒนาของชุมชน การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้มีองค์ประกอบดังนี้ (ปรัชญา เวสารัชช์, 2528)

1. มีประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมการพัฒนา
2. ผู้เข้าร่วมได้ใช้ความพยายามบางอย่างส่วนตัว อาทิเช่น ความคิดความรู้ ความสามารถ แรงงาน หรือทรัพยากรบางอย่าง เช่น เงินทุน วัสดุในกิจกรรมการพัฒนา

สรุปได้ว่า ความหมายที่นักวิชาการและผู้วิจัยต่าง ๆ ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่กระบวนการทางสังคมได้เปิดโอกาสให้กลุ่มบุคคลในสังคม ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในฐานะผู้ที่มีส่วนได้เสีย เข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การวิเคราะห์ปัญหา แสดงความคิดเห็น ประสานความร่วมมือ ติดตามตรวจสอบผลกระทบของการดำเนินกิจกรรมในการจัดการควบคุม ใช้ และการกระจายทรัพยากรที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพในฐานะสมาชิกของสังคม

#### รูปแบบและขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

รูปแบบและขั้นตอนของการมีส่วนร่วม ได้มีผู้ศึกษาวิจัยไว้ ซึ่งจะขอยกมาสรุปเพื่อใช้วิเคราะห์งานศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ พอสังเขปได้ดังนี้

ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย (เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง, 2527)

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติการ
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

มิติของการมีส่วนร่วมประกอบด้วย (อकिन รพีรัตน์, 2527)

มิติที่ 1 คือ ชนิดของการมีส่วนร่วม มี 4 ชนิด ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมกับผลที่จะเกิด การมีส่วนร่วมในการประเมิน

มิติที่ 2 คือ กลุ่มของบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วม แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้อาศัยในชุมชน ผู้นำชุมชน บุคลากรของรัฐและบุคคลนอกชุมชน ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้ ยังมีบริบทที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น เพศ ครอบครัว การศึกษา ชนชั้นทางสังคม

มิติที่ 3 คือ วิธีการหรือพฤติกรรมที่จะเข้าร่วม อันได้แก่ พื้นฐานของการเข้ามามีส่วนร่วม แรงกระตุ้น และแรงจูงใจ การเข้าไปมีส่วนร่วมในทางตรงหรือทางอ้อม

ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมสำหรับการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และนโยบายด้านการพัฒนาตามที่กำหนดไว้ ดังนี้ (ไพรัตน์ เตชะรินทร์, 2527)

1. ร่วมทำการศึกษา ค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนตลอดจนความต้องการของชุมชน
2. ร่วมกันคิดหาและสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนาเพื่อการแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน หรือเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมกันวางแผนนโยบายหรือแผนงานหรือโครงการหรือกิจกรรม เพื่อจัด แก้ไขและสนองความต้องการของชุมชน
4. ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
5. ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบบริหารงาน พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. ร่วมการลงทุนในกิจกรรมของโครงการของชุมชน ตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงาน
7. ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงาน โครงการและกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้
8. ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผลและร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้ โดยเอกชนและรัฐบาลให้ประโยชน์ได้ตลอดไป

รูปแบบของการมีส่วนร่วม โดยสามารถสรุปออกเป็น 10 รูปแบบ ดังนี้ คือ (กรรณิการัชมดี, 2524)

1. การมีส่วนร่วมประชุม (Attendance at Meetings)
2. การมีส่วนร่วมออกเงิน (Financial Contribution)
3. การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ (Membership of Leadership)
4. การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ (Position of Leadership)
5. การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์ (Interviewer)
6. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ชักชวน (Solicitor)
7. การมีส่วนร่วมเป็นผู้บริจาด (Customer)
8. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ริเริ่มและผู้เริ่ม (Entrepreneur)
9. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน (Employee)
10. การมีส่วนร่วมออกวัสดุอุปกรณ์ (Material Contribution)

รูปแบบการมีส่วนร่วมแบ่งออกเป็น 4 แบบ (Cohen and Uphoff) ดังนี้ (Cohen, 1977)

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่
  - ริเริ่มตัดสินใจ



- ดำเนินการตัดสินใจ

- ตัดสินใจปฏิบัติการ

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทางด้านวัตถุประสงค์ ประโยชน์ทางด้านสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล เป็นการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินกิจกรรม และแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

สรุปขั้นตอนการมีส่วนร่วมโดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ (นงเยาว์ หลีพันธุ์, 2547)

1. การมีส่วนร่วมในการศึกษาและวางแผนป้องกันเป็นการตัดสินใจว่าอะไรคือ ปัญหา อะไรคือสาเหตุและจะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไรโดยกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผนป้องกันรักษา โดยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมกันตามวิถีทางและแนวทางให้เป็นที่ไปตามโครงการและตามแผนการที่ได้กำหนดขึ้น

3. การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษา ซึ่งเกิดจากกิจกรรมหรือการดำเนินงานของชุมชน

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล เป็นการประเมินการทำงาน และประเมิน สภาพภายนอกด้วย

สรุปได้ว่า รูปแบบและขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการบริหารจัดการ ปัญหาขยะที่ตึ้นนั้น ควรคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 มิติ อันได้แก่ มิติที่ 1 คือ ชนิดของการมีส่วนร่วม เกี่ยวกับการตัดสินใจ การปฏิบัติการ การร่วมรับผลที่จะเกิดและการประเมิน มิติที่ 2 คือ กลุ่มของ บุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมโดยบุคคลต่างๆ อาจมีบริบทที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพของสังคม และ มิติที่ 3 คือ วิธีการหรือพฤติกรรมในการเข้ามามีส่วนร่วม รวมถึงแรงกระตุ้นและแรงจูงใจทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งมีขั้นตอนการบริหารจัดการระหว่างประชาชนคนในพื้นที่และองค์กรภาครัฐ ดังนี้ คือ

1. ศึกษาปัญหาและค้นหาสาเหตุ

2. ดำเนินตามขอบเขตของการวางแผน

3. ร่วมลงทุนและปฏิบัติการ

4. มีการติดตามประเมินผล จึงจะทำงานบริหารจัดการขยะดังกล่าวในแต่ละพื้นที่ ประสบความสำเร็จได้ ดังประโยคที่ว่า “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์” นั่นเอง

### ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม

การที่จะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรืออนุรักษ์หรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็ตาม เพื่อการร่วมกันนั้นจะต้องมีตัวกระตุ้นหรือที่เรียกกันว่าปัจจัย ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ส่งผลให้มีการกระทำร่วมกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม โดยมีผู้ศึกษาไว้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจึงได้นำเสนอปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นขึ้นอยู่กับ

1. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองสามารถที่จะช่วยตนเองพร้อมกับการช่วยเหลือผู้อื่นได้ และจะต้องแสดงศักยภาพจะเข้าร่วมการพัฒนา

2. โครงสร้างเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีเงื่อนไขแบบเศรษฐกิจเป็นข้อเรียกร้องเบื้องต้นจะทำให้คนจนไม่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมและกลุ่มคนยากจนในหมู่บ้านและวิธีการแสดงออกในรูปแบบตามประเพณีมาใช้ในการพัฒนา

3. หน่วยครอบครัวมีความเข้าใจในเรื่องของการมีส่วนร่วม จะมีผลต่อการมีส่วนร่วมและการควบคุมจากส่วนล่าง มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างต่อเนื่อง คือ พลังทางสังคม ได้แก่ มาตรการทางสังคม วัฒนธรรม ศาสนา เป็นต้น

4. การให้อิสระแก่กลุ่มชาวบ้านที่จะร่วมตัดสินใจด้วยกันในกิจกรรมต่าง ๆ จะสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพที่มีอยู่ในตัวเองให้เกิดขึ้นในหมู่บ้าน

5. การตัดสินใจรวมกลุ่มไม่ได้เป็นหลักการตามเหตุผลของการเก็งกำไรผลประโยชน์สูงสุดทางวัตถุ หากแต่ตัดสินใจเข้าร่วมบนพื้นฐานคุณค่าอย่างอื่น ผลประโยชน์ทางวัตถุเป็นสิ่งตามมา

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมประกอบด้วย 3 ปัจจัย อันได้แก่ (ธวัช สิทธิกิจโยธิน, 2543)

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ เพศ
2. ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย การศึกษา อาชีพ รายได้และการเป็นสมาชิกกลุ่ม
3. ปัจจัยทางการสื่อสาร ประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารมวลชน และการสื่อสารส่วนบุคคล

สิ่งที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมจะประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้ คือ

1. การให้ข้อมูล
2. การรับฟังความคิดเห็นของประชาชน
3. การให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ
4. การพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนในการมีส่วนร่วม

โดยมี มิติของการมีส่วนร่วมที่เกิดจากลักษณะและสภาวะแวดล้อมซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ

1. ปัจจัยทางกายภาพและชีวภาพ
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ
3. ปัจจัยทางการเมือง
4. ปัจจัยทางสังคม
5. ปัจจัยทางวัฒนธรรม
6. ปัจจัยทางประวัติศาสตร์

องค์การอนามัยโลก ยังได้มีการเสนอปัจจัยของการมีส่วนร่วมในลักษณะของด้านโครงสร้างและจิตวิทยา มีดังนี้ คือ

1. ปัจจัยของสิ่งจูงใจ หมายถึง การที่ประชาชนจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมใดนั้นจะมีเหตุผลที่สำคัญ คือ ประการแรก มองเห็นว่าตนจะได้ผลตอบแทนในสิ่งที่ทำไป และประการที่สอง ได้รับการเชิญชวนจากบุคคลอื่นให้เข้าร่วมโดยมีสิ่งจูงใจเป็นตัวนำ

2. ปัจจัยโครงสร้างของโอกาสหรือช่องทางในการเข้าร่วม หมายถึง การมองเห็นช่องทางในการมีส่วนร่วม และมองเห็นว่าประโยชน์ที่จะได้รับหลังการมีส่วนร่วม ดังนั้นพื้นฐานทางด้านโครงสร้างของช่องทางมีส่วนร่วม จึงควรมีลักษณะดังนี้ คือ ประการแรกเปิดโอกาสให้ทุกคนในชุมชนมีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ประการที่สองมีการกำหนดเวลา และประการที่สามมีการกำหนดลักษณะของกิจกรรมที่แน่นอนว่าจะทำอะไร

3. ปัจจัยด้านอำนาจในการส่งเสริมกิจกรรมของการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนสามารถมีการกำหนดลักษณะของกิจกรรมที่แน่นอนว่าจะทำอะไรให้เป็นประโยชน์ตามวัตถุประสงค์

สรุปได้ว่า โดยภาพรวมแล้วปัจจัยที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมได้แก่ ตัวบุคคล ครอบครัวผู้นำคนภายในชุมชน คนภายนอกชุมชน การสื่อสาร ความเชื่อ วัฒนธรรมประเพณี เศรษฐกิจการศึกษาการเมือง ประวัติศาสตร์ แม้กระทั่ง อายุ เพศ รายได้ อาชีพ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เป็นตัวก่อให้เกิดการกระทำในลักษณะการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ จะต้องสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมหรือสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลาที่เกิดขึ้นกับชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นด้วย

ระดับการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมได้มีนักวิชาการศึกษาระดับของการมีส่วนร่วมและสามารถสรุปไว้ดังนี้ (นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์, 2527)

ระดับ 1 ถูกบังคับให้เข้าร่วม ประชาชนที่เข้ามาอยู่ในโครงการ เพราะถูกบังคับโดยไม่มีทางเลือกเลย ตัวอย่างเช่น ผู้เช่านาทำกิน ถูกเจ้าของที่ดินบังคับให้ต้องปลูกป่าขึ้นตามโครงการแม่บท

การสร้างพลังงานทดแทน มิฉะนั้นเจ้าของที่ดินจะยึดที่ดินไปให้ผู้อื่นเช่า ผู้เช่าคนนี้จะกลายเป็นประชาชนที่มีส่วนร่วมในโครงการนี้

ระดับ 2 ถูกหลอกให้เข้าร่วม ลักษณะนี้ประชาชนจะถูกล่อใจ ด้วยผลประโยชน์ในรูปแบบของค่าจ้างแรงงาน หรือความสะดวกสบายบางอย่าง แต่เบื้องหลังจริง ๆ แล้วเป็นการหาเสียงของนักการเมืองผู้หยิ่งยโสโครงการมาหลอกล่อเท่านั้น

ระดับ 3 ถูกชักชวนให้เข้าร่วม การมีส่วนร่วมในลักษณะนี้ ส่วนมาเป็นโครงการที่ทางราชการคิดขึ้นแล้วพยายามชักชวนให้ประชาชนให้ความร่วมมือทุกรูปแบบโดยอาศัยระบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ว่าเป็นโครงการที่ดีขอให้ประชาชนให้ความร่วมมือ

ระดับ 4 สัมภาษณ์และวางแผนให้ ลักษณะการมีส่วนร่วมชนิดนี้ จะปรากฏว่าความต้องการและเสียงเรียกร้องของประชาชน จะได้รับการเอาใจใส่ขึ้นบ้าง กล่าวคือผู้ที่วางแผนโครงการจะสำรวจปัญหา ความต้องการด้วยการเรียกประชุม สอบถาม สัมภาษณ์ แต่การตัดสินใจว่าปัญหาของชาวบ้านคืออะไร ควรจะแก้ไขด้วยวิธีใดจะวางแผนอย่างไรและจะปฏิบัติตามแผนอย่างไรยังคงเป็นเรื่องของทางราชการ

ระดับ 5 มีโอกาสเสนอความเห็น ประชาชนจะเข้าไปมีส่วนในการเสนอความเห็นที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และการดำเนินงานตามโครงการ แต่การตัดสินใจยังเป็นของทางราชการอยู่

ระดับ 6 มีโอกาสเสนอโครงการในระดับนี้ ทางราชการกับประชาชนจะมีการปรึกษาหารือกันอย่างใกล้ชิด ประชาชนมีโอกาสตัดสินใจว่า ปัญหาของตนคืออะไรจะแก้ไขอย่างไร

ระดับ 7 มีโอกาสตัดสินใจ ในระดับนี้ประชาชนเป็นหลักสำคัญของการตัดสินใจในทุกเรื่อง ตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการประเมินโครงการ

#### **วัตถุประสงค์ของการให้ประชาชนมีส่วนร่วม**

วัตถุประสงค์ของการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาต่าง ๆ มีดังนี้ (นฤนาท พุทไธสง, 2541)

1. เพื่อได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น
2. เพื่อช่วยในการชี้ประเด็นปัญหา และคุณค่าต่าง ๆ ของสิ่งแวดล้อม
3. เพื่อแสดงความคิดเห็นอันอาจเป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหา
4. เพื่อช่วยในการให้ข้อมูลย้อนกลับ และช่วยในการวิเคราะห์ผลกระทบ
5. เพื่อขจัดปัญหาความขัดแย้งและเพื่อสร้างข้อตกลงร่วมกัน

#### **ข้อดีของการให้ประชาชนมีส่วนร่วม**

การมีส่วนร่วมของประชาชนจะทำให้เกิดประโยชน์หลายประการ ดังนี้ (นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์, 2527)

1. ทำให้ได้ข้อมูลกว้างขวางและหลายแห่งโดยเฉพาะข้อมูลที่ไม่อาจจะพิจารณาตีความเป็นตัวเลขได้ง่าย ๆ
2. ทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในหน่วยงานและการตัดสินใจของหน่วยงานนั้นมากขึ้น
3. ช่วยตรวจสอบการตัดสินใจของทั้งฝ่ายการเมืองและการบริหาร
4. เป็นการผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ต้องพิจารณาประเด็นผลกระทบให้กว้างขวางและรอบด้านมากขึ้น

นอกจากข้อดีของการให้ประชาชนมีส่วนร่วมดังกล่าวแล้ว การที่ประชาชนมีส่วนร่วมยังก่อให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

1. ทำให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยเมื่อได้รับความร่วมมือจากประชาชน
2. ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นในกิจกรรมต่าง ๆ
3. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม นั้น ๆ พิจารณาข้อดี ข้อเสีย ในการดำเนินการต่างๆ มากขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดเกิด ผลกระทบ น้อยที่สุด ข้อเสียของการให้ประชาชนมีส่วนร่วม ถึงแม้ว่าโดยทั่วไปแล้ว การเปิดโอกาสให้ประชาชน ได้มีส่วนร่วมและมีการจัดการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ดีย่อมก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมาก แต่ก็ ปฏิเสธไม่ได้ว่าข้อเสียที่เกิดขึ้นนั้น ควรจะต้องนำมาพิจารณาด้วยเช่นกัน

การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจก่อให้เกิดผลเสียบางประการ คือ

1. ประเด็นที่กำลังพิจารณาอาจเกิดความสับสน เนื่องจากมีความหลากหลายมาก เกินไป สาเหตุอาจเกิดจากผู้มีส่วนร่วมไม่มีความรู้ในเรื่องนั้น หรือรับรู้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนไม่ถูกต้อง
2. จากการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาอาจทำให้โครงการล่าช้า กว่ากำหนดและต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น
3. มีแนวโน้มที่ประชาชนจะละเลยหรือให้ความสนใจน้อยลงเมื่อโครงการมีระยะเวลา ยาวนานเกินไป

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชน ท้องถิ่น ซึ่งมีจุดประสงค์มีแนวคิดที่เหมือนกัน มีความร่วมมือกัน การประสานกัน และมีความ รับผิดชอบในการพัฒนาชุมชนและสังคมให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นไป ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ประเภทไหนก็ตาม รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกระดับเข้ามีส่วนร่วมในโครงการหรือกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่ง ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมในลักษณะของการร่วมในการตัดสินใจ ร่วมในการ ปฏิบัติการ ร่วมในการรับผลประโยชน์ และร่วมในการประเมินผล

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำเอาความรู้ในเรื่องสภาวะการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ไปพัฒนาการจัดการทุนทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน จากนั้นนำความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำข้อมูลที่ได้ไปถอดบทเรียนเพื่อพัฒนาเป็นรูปแบบการดำเนินกิจการเพื่อสังคม โดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ก่อนนำไปเผยแพร่แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้



| ปัจจัยนำเข้า  | กระบวนการ   | ผลลัพธ์  |
|---|---|--|
| <p><b>ขั้นตอนที่ 1</b><br/>ศึกษาสภาวะการณ์และทิศทางการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย</p>             | <p>1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทูมชุมชน กิจกรรมเพื่อสังคม และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ</li> </ul> <p>2. กำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จ ซึ่งมีความเหมาะสมในการหาข้อสรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญอย่างยั่งยืน</li> </ul> | <p>- ได้ภาพรวมของสภาวะการณ์ และทิศทางและกลยุทธ์ความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเมินกลยุทธ์คุณลักษณะของการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน</li> </ul> |
| <p><b>ขั้นตอนที่ 2</b><br/>ศึกษาระดับความสำคัญของกิจกรรมเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>                         | <p>วิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ผลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วน เบี่ยงเบน มา ต ร ร ฐ า น S.D. (Standard Deviation) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญ</p>   | <p>ระดับความสำคัญของกิจกรรมเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>   |
| <p><b>ขั้นตอนที่ 3</b><br/>ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>                      | <p>วิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ผลโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์</p>   | <p>ความสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>   |
| <p><b>ขั้นตอนที่ 4</b><br/>ศึกษาแนวทางการพัฒนา กิจกรรมเพื่อสังคม กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน</p> | <p>นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนที่ 2 และ ข้อมูลขั้นตอนที่ 3 นำวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน</p>  | <p>กลยุทธ์ความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน</p>  |

ภาพที่ 11 ขั้นตอนการวิจัย

## ขั้นตอนที่ 1 สภาวะการณ์และทิศทางการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ในประเทศไทย

โดยมีแนวทางในการวิจัยดังนี้

### 1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดทุนชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน ได้ให้ความหมาย ทุนชุมชน หมายถึง สรรพสิ่งใดๆ ก็ตามที่มีอยู่ในชุมชนทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่เกิดขึ้นจากฝีมือหรือมันสมองภูมิปัญญาที่มีมูลค่าหรือคุณค่าของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม คน วัฒนธรรม ประเพณี หรือปัจจัยบริการด้านโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงเงิน ที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีมูลค่าต่อการดำเนินวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันด้วย โดยทุนชุมชนแบ่งได้ 6 ประเภท คือ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนกายภาพ (Physical Capital) ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) ทุนการเงิน (Financial Capital) และทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) แนวคิดเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ประกอบด้วย Enterprise คือ การประกอบการหรือเรียกว่า “กิจการ” กับคำว่า Social คือ “สังคม” และเมื่อนำคำมารวมกัน จึงเกิดคำใหม่ว่า “กิจการเพื่อสังคม” คือ การประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งถือเป็นคำเดียวกับ “วิสาหกิจเพื่อสังคม” โดย “กิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม” คือ องค์กรที่มีการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ 3 ประการ (Triple Bottom Line) คือ กำไรหรือเศรษฐกิจ คนหรือสังคม และโลกหรือสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมๆ กัน กล่าวคือเป็นการดำเนินงานที่คำนึงถึงผลกำไรหรือผลตอบแทนทางธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็ผสมผสานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันจะส่งผลดีในระยะยาว โดยนับว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงมีลักษณะเป็นองค์กรแบบผสมที่อยู่ตรงกลางระหว่างองค์กรที่แสวงหาผลกำไรและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับสังคมให้เป็นไปอย่างที่ยั่งยืนโดยอาศัยนวัตกรรมทักษะและวิธีการแก้ปัญหาเชิงการประกอบการทางธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่กิจการขององค์กร (Alter, 2007) จากนั้นจึงสกัดประเด็นของปัญหาการวิจัยและแนวกรอบของคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

### 2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

เนื่องจากศึกษาสภาวะการณ์และทิศทางการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทยต้องศึกษาสภาพแวดล้อมการดำเนินงาน และองค์ประกอบความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน จึงมีข้อจำกัดด้านคุณภาพของประชากรที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ต้องมีความรู้ ความเข้าใจที่ลึกซึ้ง ลงมือปฏิบัติจริง อยู่ในกิจการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมานาน ดังนั้น การกำหนดขอบเขตของประชากรจึงเป็นลักษณะการ เลือกแบบเฉพาะเจาะจง การสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่



หรือเชิงก้อนหิมะ (Snowball Sampling) ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informant) ในการศึกษานี้ คือ ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มิพบทบทวนในการขับเคลื่อนชุมชนให้มีความรู้ และเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ วิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มิพบทบทวนในการขับเคลื่อนชุมชนให้มีความรู้ และเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 4 กลุ่ม โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักดังต่อไปนี้

1. คุณธิดา เอกแก่นำชัย ประธานวิสาหกิจชุมชน บ้านริมคลองโฮมสเตย์
2. คุณชาญฤทธิ์ เพิ่มทรัพย์ นายกสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัด กระบี่, ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวแหลมลึก และประธานบริษัท กระบี่โลเคิล
3. คุณเศรษฐศักดิ์ พรหมา ที่ปรึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านท่าขันทอง
4. คุณสมศักดิ์ บุญคำ ผู้ก่อตั้งบริษัท Local Alike

เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ครบถ้วนทุกข้อคำถาม มีความชัดเจนและอิมตัว (Data Saturation) โดยการตรวจสอบ ความถูกต้องแบบสามเส้า จนสามารถนำเสนอข้อสรุปเชิงทฤษฎี

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ผู้วิจัยใช้การวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยเทคนิคการสำรวจประสบการณ์ (Experience surveys) ซึ่งกระบวนการวิจัยจากประสบการณ์มาจากการวิจัยเชิงธุรกิจ (Business Research Method) จะรวบรวมการสัมภาษณ์บุคคลจำนวนน้อย และต้องระมัดระวังในการเลือกบุคคล โดยจะคัดเลือกความมีคุณสมบัติ (Donald and Pamela, 2013) และมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอย่างดี มีประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมายาวนาน ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจนมากกว่าจะค้นหาเหตุการณ์ที่เป็นข้อสรุป ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interviews) และใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) อย่างไม่เป็นทางการและไม่มีระบบในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แต่เน้นที่ความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่จะสัมภาษณ์ว่ามีประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาที่ต้องการหรือไม่ และคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question) เพื่อให้ได้คำตอบที่เปิดกว้างเกี่ยวกับปัญหาและผู้ให้สัมภาษณ์จะมีอิสระในการให้คำตอบโดยอาศัยประสบการณ์ส่วนตัวของผู้วิจัยเพื่อให้ผู้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเล่าถึง ประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การปรับตัวในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ในสถานการณ์ปัจจุบัน การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะสังคมในปัจจุบัน จากวัตถุประสงค์ และแนวคิดที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน ในประเทศไทยที่มีความแตกต่างกันทางทุนชุมชนของแต่ละชุมชน โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพ อันจะช่วยให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่นและ ที่สำคัญคือ จะทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลักถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างครบถ้วน และเป็นจริงมากที่สุด

ในประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

1. จุดเริ่มต้นของการทำท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการ เพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม
2. แนวทางในการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร
3. ทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นจุดเด่นของชุมชน
4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

เมื่อสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) จากกรอบเบื้องต้นตามทฤษฎีเสร็จแล้ว จึงกำหนดนัดสัมภาษณ์พร้อมส่งประเด็นสำคัญและแนวคำถามที่ผู้วิจัยได้ ทำกรอบการสัมภาษณ์ไว้ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบล่วงหน้า เพื่อให้ขอบเขตของการวิจัยแคบขึ้นและ ประเด็นคำถามในการวิจัยชัดเจนขึ้น มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อสำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยว โดยชุมชน จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการปรับตัวของชุมชน ศึกษาถึงคุณลักษณะการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเป็นการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะบุคคล เพื่อให้แนวความคิดชัดเจน ยิ่งขึ้น

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากสร้างแนวคำถามเสร็จสิ้นตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการนัด หมายผู้นำการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์ โดยใช้ประเด็นคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยที่ผู้ถูก สัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างเปิดกว้าง ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ ถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเต็มที่ ครบถ้วน และเป็นจริงมากที่สุด ทั้งนี้ การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ ละคนนั้นอาจมีการนัดสัมภาษณ์มากกว่า 1 ครั้ง เนื่องจากครั้งแรกอาจยังไม่ได้ข้อมูลมากนักและเป็น การสร้างความคุ้นเคยมากกว่า เมื่อเกิดความไว้วางใจแล้วจึงมีการนัดสัมภาษณ์ครั้งถัด ๆ ไป เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่ครบสมบูรณ์ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด

## 5. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลแบบ Triangulation หรือ Denzin (1978) เรียกว่า การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า เป็นการใช้กระบวนการวิธีที่หลากหลาย (The Multiple-method Approach) ในการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยดังนี้

5.1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยการพิสูจน์ว่า ข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูลด้วยแหล่งบุคคล โดยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ข้อมูลจะจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานราชการและองค์กรมหาชน สถาบันการศึกษา สมาคมและองค์กร

5.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ ได้แก่ แนวคิดคุณลักษณะของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดทัศนคติการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีผลต่อความสำเร็จในการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล(Methodological Triangulation) โดยการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกต และการตีความจากพฤติกรรมระหว่างการให้สัมภาษณ์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยวิธีการ 3 รูปแบบ คือ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลด้วยแหล่งบุคคล การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล

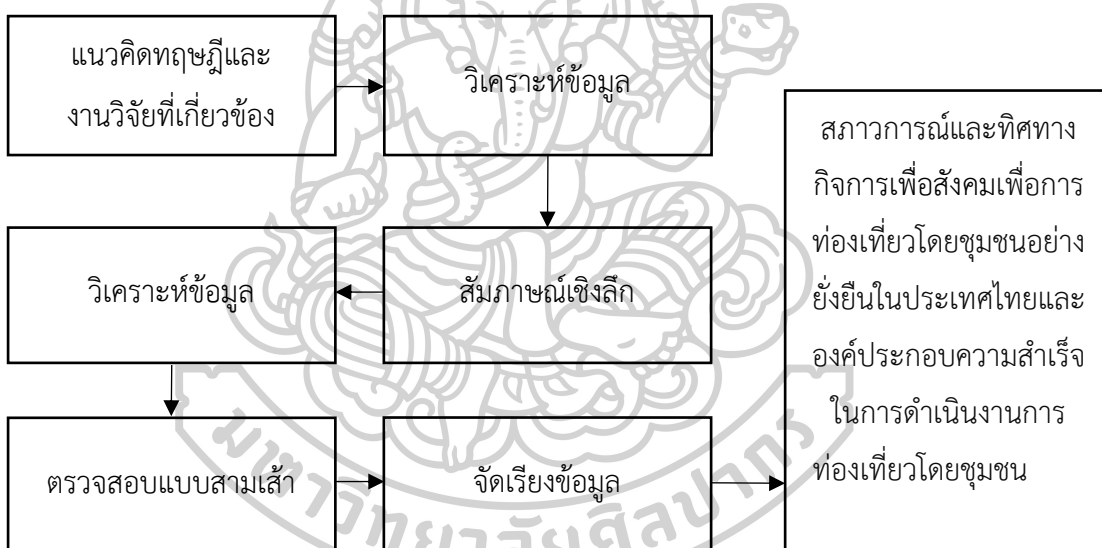
## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำกระบวนการวิธีวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มต้นตั้งแต่เริ่มการวิจัยและดำเนินไปเรื่อยๆ จนสิ้นสุดการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการต่อเนื่องและลับประเด็นการวิจัยให้แหลมคม ซึ่งก็คือการถกกันของสามมุมใน “วงล้อแห่งความรู้” คือ ประเด็นหรือคำถามการวิจัย (Research Question) แนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ เป็นการหมุนเกลียวการวิเคราะห์ให้เกิดความเข้าใจแตกฉาน คมชัด เชื่อมโยงกันมากขึ้น นอกจากนี้ ในส่วนขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำหลักการเปรียบเทียบข้อมูล การหาความหมายจากข้อมูล และการสร้างข้อสรุปอุปนัยมาใช้ในการศึกษาวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2553)

6.1 การเปรียบเทียบข้อมูล เป็นการหาความเหมือนหรือความแตกต่างกันของข้อมูลตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป เพื่อให้เกิดความเป็นระบบ และสามารถสร้างข้อสรุปที่ค้นพบได้

6.2 การหาความหมายจากข้อมูลที่ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความหมายกับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ได้อย่างไร

6.3 การสร้างข้อสรุปอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการสร้างข้อสรุปทั่วไปที่แสดงความเชื่อมโยงระหว่างปรากฏการณ์ต่าง ๆ โดยใช้การตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ความจริง เมื่อเห็นเหตุการณ์หลาย ๆ เหตุการณ์แล้วจึงสร้างข้อสรุปการนำเสนอผลการวิจัยอยู่ในลักษณะของการบรรยายเพื่อเสนอข้อค้นพบทั่วไปและอ้างอิงด้วยคำพูดของผู้ให้ข้อมูลหลักและนำเสนอเป็นแผนภาพ (รัตนะ บัวสนธิ, 2552) จากนั้น ผู้วิจัยจึงทำตารางสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของการกระจายค่ามิติสัมพันธ์แบบฉันทามติของความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก จากกระบวนการทั้งหมดของการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 1 สามารถสรุปเป็นแผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) ดังนี้



ภาพที่ 12 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 1.1

ศึกษาข้อมูลข้อคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่มีความรู้และประสบการณ์ความเชี่ยวชาญหลากหลายศาสตร์ ประเมินกลยุทธ์คุณลักษณะของการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน

### 1. สร้างและพัฒนาเครื่องมือองค์ประกอบในการดำเนินงาน และองค์ประกอบความสำเร็จของการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่ได้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มิพบาท

ในการขับเคลื่อนชุมชนให้มีความรู้ และเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวถึงการดำเนินงาน องค์กรประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จจากผู้นำชุมชนท่องเที่ยวได้มา ในขั้นตอนที่ 1 นำมาสังเคราะห์และพัฒนาร่างการดำเนินงาน องค์กรประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

## 2. ผู้เชี่ยวชาญ

การวิจัยเพื่อพัฒนาองค์กรประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้เชี่ยวชาญในวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชนผู้เกี่ยวข้อง ในการกำหนดทิศทาง และขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามจำนวน 12 ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้มีความคาดหวังที่ลดลง 0.04 (Thomas Macmillan, 1971)

### 1. หน่วยงานราชการและภาคเอกชน

- 1.1 ผู้อำนวยการสำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- 1.2 พัฒนาการจังหวัดขอนแก่น กรมการพัฒนาชุมชน
- 1.3 เจ้าหน้าที่พัฒนาพื้นที่พิเศษ (ฝ่ายปฏิบัติการ) องค์กรพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว (อพท.)
- 1.4 ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด การท่องเที่ยวและบริการ

### 2. สถาบันการศึกษา

- 2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตรอุตสาหกรรมบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
- 2.2 คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา
- 2.3 รองคณบดีฝ่ายวิชาการและนวัตกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 2.4 หัวหน้าสาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี

### 3. สมาคม/องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- 3.1 ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี
- 3.2 ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี
- 3.3 ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแหลมมะขาม จังหวัดตราด
- 3.4 ประธานกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านท่าดินแดง จังหวัดพังงา

### 3. เครื่องมือในการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จ ซึ่งมีความเหมาะสมในการหาข้อสรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มีข้อดีคือประหยัดเวลาและงบประมาณ มีการตรวจสอบข้อมูลกันเอง (Triangulation) เพื่อให้เก็บข้อมูลข้อคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่มีความรู้และประสบการณ์ความเชี่ยวชาญหลากหลายศาสตร์ ประเมินองค์ประกอบคุณลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้นประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปในลักษณะของประเด็นในด้านต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันไปหลากหลายศาสตร์ถือได้ว่าเป็นสหวิทยาการ (Anil Kumar,2010) เนื่องจากลักษณะการวิจัยที่หลากหลายนี้เพื่อนำข้อมูลมาจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ

### 4. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel Experts) ที่มีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 เตรียมการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการ

- กำหนดหัวข้อประเด็นสนทนาและจัดลำดับคำถาม
- กำหนดผู้นำการสนทนา ผู้ช่วยและผู้จัดบันทึก ผู้บันทึกเสียง
- เตรียมสถานที่อุปกรณ์
- กำหนดที่นั่งของสมาชิก

- กำหนดแนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดแบ่งออกเป็น 4 ข้อ ดังนี้

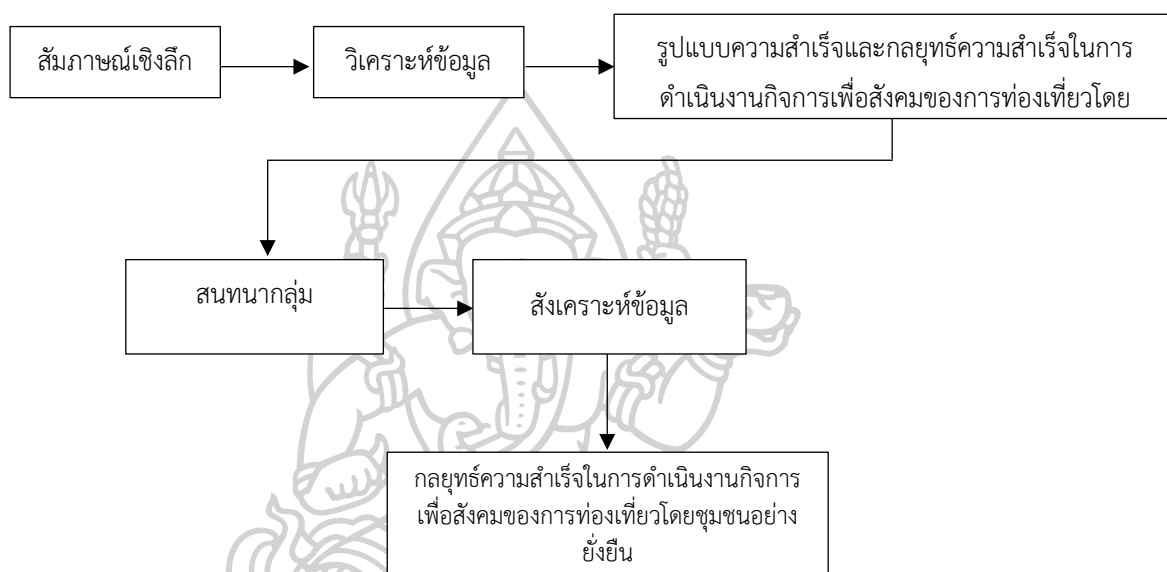
1. แนวคิดการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการ เพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ชุมชนควรมีแนวคิดอย่างไร
2. แนวทางในการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร
3. แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างไร
4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

- เตรียมแบบสอบถามเพื่อประเมินองค์ประกอบคุณลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 แก้ไข ปรับปรุงและตรวจสอบความเป็นไปได้ในการพัฒนาองค์ประกอบ

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์องค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Inductive Analysis) คือ สร้างข้อสรุปของข้อมูลจากสิ่งปรากฏขึ้นจากการสนทนากลุ่มและการสังเกตผล นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบรายงานเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) จากกระบวนการทั้งหมดของการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 4 สามารถสรุปเป็นแผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) ดังนี้



ภาพที่ 13 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 1.2

### ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เป็นการศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเมินผล และการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

**1. กลุ่มเป้าหมาย** ในขั้นตอนนี้ คือ กลุ่มเป้าหมายใช้การสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบมีจุดประสงค์ (Purposive Selection) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตามหลักการของเหตุผลโดยให้มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย คือ ชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2562 จำนวน 19 ชุมชน และปี 2563 จำนวน 58 ชุมชน โดยได้รับการรับรองจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ วิชากิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 77 ชุมชน ๆ ละ 3 คน รวมเป็น 231 คน เพื่อทำการ

ประเมินความคิดเห็นของผู้นำและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวต่อความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

**2. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล** โดยการใช้แบบสอบถามความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเมินระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

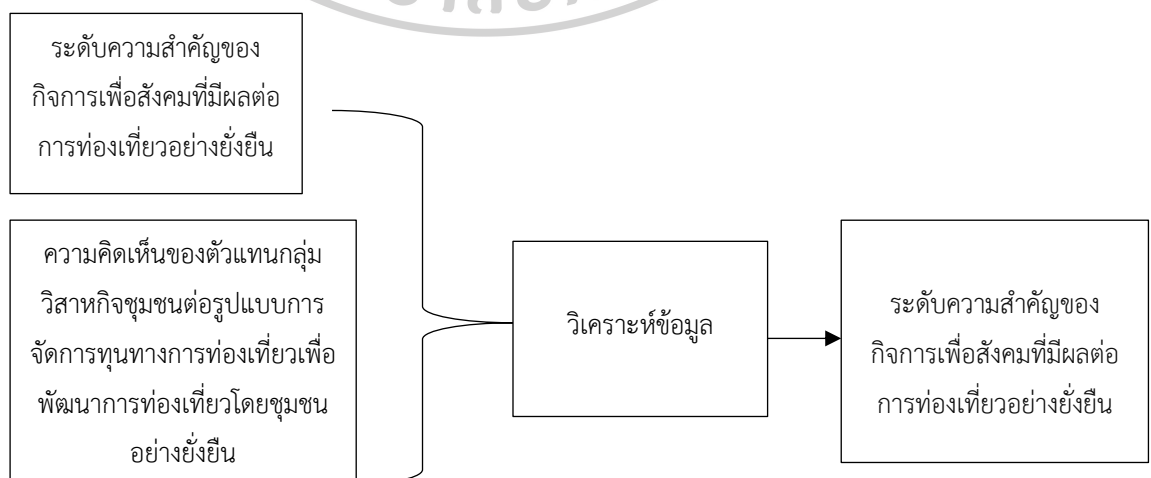
ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การเขียนรายงาน และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิ การศึกษา สถานภาพ และอาชีพ วิเคราะห์โดยสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการรูปแบบการดำเนินกิจการเพื่อสังคมโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3. แปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

|                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 | ระดับความสำคัญมากที่สุด  |
| ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 | ระดับความสำคัญมาก        |
| ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 | ระดับความสำคัญปานกลาง    |
| ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 | ระดับความสำคัญน้อย       |
| ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 | ระดับความสำคัญน้อยที่สุด |



ภาพที่ 14 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 2



### ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เป็นการศึกษาความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเมินผล ถอดบทเรียนรูปแบบ และการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

**1. กลุ่มเป้าหมาย** ในขั้นตอนนี้ คือ กลุ่มเป้าหมายใช้การสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบมีจุดประสงค์ (Purposive Selection) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตามหลักการของเหตุผลโดยให้มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย คือ ชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2562 จำนวน 19 ชุมชน และปี 2563 จำนวน 58 ชุมชน โดยได้รับการรับรองจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 77 ชุมชน ๆ ละ 3 คน รวมเป็น 231 คน เพื่อทำการประเมินความคิดเห็นของผู้นำและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวต่อความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

**2. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล** โดยการใช้แบบสอบถามความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเมินความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การเขียนรายงาน และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในการทดสอบสมมติฐานทำการวิเคราะห์ในส่วนของการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีมากน้อยเพียงใด โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ((Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เป็นค่าที่วัดความสัมพันธ์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากระดับของตัวแปรที่ใช้เป็นระดับอันตรรกภาพ และสามารถคำนวณได้ทั้งตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทั่วไปนิยมใช้สัญลักษณ์ ( $r$ ) แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของกลุ่มการบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้  $-1$  หรือ  $+1$  แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้  $0$  แสดงถึงการความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลยสำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน มีดังนี้

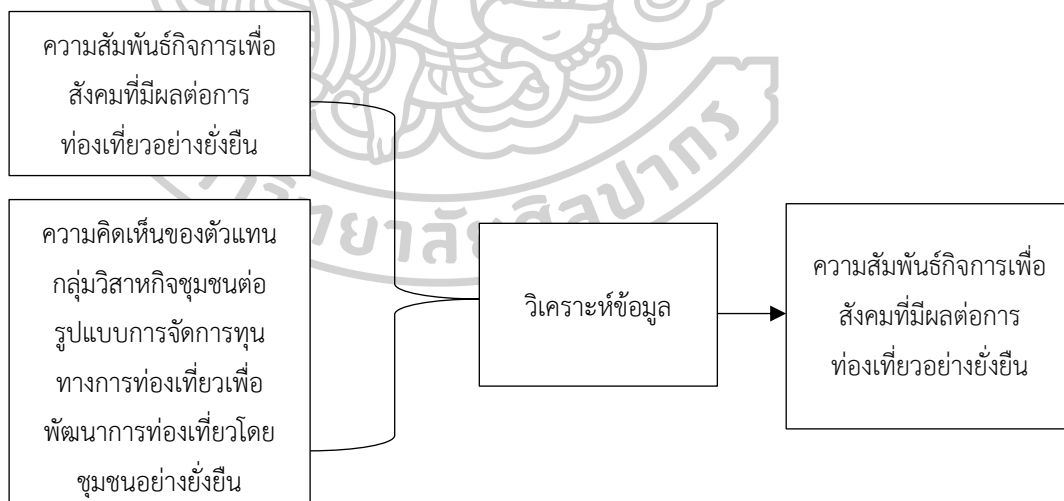
| ค่า (r)               | ระดับของความสัมพันธ์                       |
|-----------------------|--|
| ค่าเฉลี่ย 0.80 – 1.00 | กำหนดให้หมายถึง มีความสัมพันธ์สูงมาก       |
| ค่าเฉลี่ย 0.60 – 0.79 | กำหนดให้หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง  |
| ค่าเฉลี่ย 0.40 – 0.59 | กำหนดให้หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง      |
| ค่าเฉลี่ย 0.20 – 0.39 | กำหนดให้หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย |
| ค่าเฉลี่ย 0.00 – 0.19 | กำหนดให้หมายถึง มีความสัมพันธ์น้อยมาก      |

เครื่องหมาย (+ , -) หน้าตัวเลขตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ โดยหากว่า

r มีเครื่องหมาย + (บวก) หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูงอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)

r มีเครื่องหมาย - (ลบ) หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูงตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

ยกเว้นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์บางชนิดที่มีลักษณะ  $0 \leq r \leq 1$  ซึ่งจะบอกได้เพียงขนาด หรือระดับของความสัมพันธ์เท่านั้น ไม่สามารถบอกทิศทางของความสัมพันธ์ได้



ภาพที่ 15 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 3

#### ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีแนวทางในการวิจัยมีดังนี้

ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่าน  
การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 และข้อมูลที่ได้  
จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
ในขั้นตอนที่ 2 และข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง  
ยั่งยืน ในขั้นตอนที่ 3 แล้วนำวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน



## บทที่ 4 รายงานผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยรูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืน ที่สอดคล้องวัตถุประสงค์จำแนกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตอนที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตอนที่ 4 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

### ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

การวิจัยขั้นตอนที่ 1.1 มาจากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มิบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนให้มีความรู้และเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 4 กลุ่ม ในลักษณะการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ได้สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์สภาพการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

โดยสรุปผลการวิเคราะห์จำแนกเป็นประเด็นจากคำถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตอนที่ 2 จุดเริ่มต้นของการทำท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม

ตอนที่ 3 แนวทางในการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างไร

ตอนที่ 5 การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

## ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

**ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1** ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มิบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนให้มีความรู้ และเป็นผู้ผลักดัน พัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในจังหวัดสมุทรสงคราม

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 ดำรงตำแหน่งประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ จังหวัดสมุทรสงคราม มีประสบการณ์ในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่น้อยกว่า 19 ปี

### ตอนที่ 2 จุดเริ่มต้นของการทำท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ มีรูปแบบของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับสมาชิกและคนในชุมชน โดยการสร้างอาชีพเสริมให้กับสมาชิก เช่น กลุ่มแม่บ้านจะมาช่วยงานมาทำอาหารให้กับนักท่องเที่ยว หรือช่วยกันดูแลสถานที่ให้พร้อมรับนักท่องเที่ยว คนในชุมชนที่มีความรู้มีทักษะในการนำเสนอมายาทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำนักท่องเที่ยว เที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ในชุมชน หรือเป็นวิทยากรสาธิตในแต่ละฐานการเรียนรู้ ที่มีทั้งการทำขนมไทย การจักสานจากใบมะพร้าว การทำผ้ามีด้อมสีธรรมชาติจากเปลือกมะพร้าว ทำให้เมื่อว่างจากงานประจำสมาชิกในชุมชนทุกคนจะเข้ามาช่วยงานเพื่อหารายได้เสริมร่วมกัน ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือมีผลดี และประโยชน์กับชุมชนของเรา เพราะช่วยให้เกิดการแบ่งปันช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้ มีความเหมือนที่สอดคล้องกับกิจการเพื่อสังคมในมิติของการแบ่งปัน ช่วยเหลือกัน เกิดมิตรภาพที่ดีในชุมชน

การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ ใช้วิธีการทำให้ดูเป็นตัวอย่างให้กับคนในชุมชนได้รู้ได้เห็นและเข้าใจ โดยการสร้างต้นแบบในการดำเนินงาน ปฏิบัติจริง เพื่อแสดงให้เห็นถึงผล หรือประโยชน์ที่จะได้รับ เป็นตัวอย่างต้นแบบ เมื่อคนในชุมชนเห็นว่าทำแล้วได้ประโยชน์ก็มีความคิดที่จะทำตาม ดังนั้นด้วยวิธีการทำให้ดูสามารถพิสูจน์ให้เห็นเป็นรูปธรรม ทำให้เกิดการยอมรับ และมีความยุติธรรมโปร่งใส รวมถึงการแบ่งปันให้เกิดความเสมอภาค มีการกำหนดกฎระเบียบแบบแผน มีหลักการในการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการให้อิสระในการออกเสียง และหากไม่ทำตามกฎระเบียบ จะมีการพิจารณาให้ออกจากกลุ่ม

### ตอนที่ 3 แนวทางในการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร

ปัจจุบันมีการแข่งขันทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนสูงขึ้นเป็นอย่างมาก มีแรงกดดันมากมายในการดำเนินงาน การที่จะผ่านแรงกดดันนี้ไปได้จะต้องมีการปรับตัวในหลายมิติ มิติหนึ่งที่วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์มองว่า เรามีแนวคิดที่ว่า “ทุกคนไม่ได้เป็นคู่แข่ง แต่ทุกคนคือเครือข่าย” เพราะเราไม่สามารถที่จะอยู่คนเดียวได้ และแต่ละพื้นที่นั้นล้วนมีบริบทของพื้นที่ที่เป็นเอกลักษณ์ มีคุณลักษณะที่ไม่เหมือนกัน เราสามารถที่จะเชื่อมโยงคนในชุมชน และชุมชนใกล้เคียงมาร่วมกันสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว แบ่งปันกันทั้งในชุมชน และต่างชุมชน เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี และเมื่อชุมชนให้บริการที่ดีต่อลูกค้า ก็จะทำให้มีแรงดึงดูดให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ประโยชน์ที่ได้ก็จะได้ร่วมกัน เพราะทุกคนคือเครือข่าย เราจะอยู่เพียงคนเดียวไม่ได้ ต้องมีเครือข่ายเพื่อเกื้อหนุนกันและกัน

ปัญหาที่เกิดขึ้นอีกหนึ่งอย่างที่ต้องรับมือให้ได้คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป มีรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น แต่ข้อแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป รูปแบบในการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ มุ่งเน้นการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และกิจกรรมท้องถิ่น ข้อแตกต่างนี้สามารถที่จะแยกนักท่องเที่ยวของเรา ออกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก และในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีการหาข้อมูลในการที่จะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น จึงทำให้สามารถคัดกรองนักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนจึงมีความรู้ความเข้าใจบริบทของชุมชน การบริการที่จะได้รับ และไม่คาดหวังมากเท่ากับการท่องเที่ยวทั่วไป ทำให้สามารถที่จะรับมือกับนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ยากนัก และเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน สิ่งหนึ่งที่คนในชุมชนต้องตระหนัก คือเรื่องของสภาพแวดล้อม ทรัพยากรทางธรรมชาติในชุมชนที่มีอยู่ จะต้องมีการสื่อสารให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ ไม่หมดไป เพราะถ้าหมดไปชุมชนก็จะไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาอีก ดังนั้นชุมชนจะต้องมีการดูแลรักษา หวงแหน ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เป็นอย่างดี

การบริหารจัดการกิจการเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ เป็นแบบโครงสร้างของวิสาหกิจชุมชน มีประธาน รองประธาน และคณะกรรมการในการดำเนินงานตามลำดับขั้นตอน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ชุมชน ในส่วนของการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ มีรูปแบบการดำเนินงานที่เรียบง่าย ไม่มีความซับซ้อน เพราะเราเป็นชาวบ้านเป็นคนในชุมชนที่มาทำการท่องเที่ยว จึงเน้นให้ทำงานตามความถนัดของแต่ละคน ใครมีความสามารถโดดเด่นด้านใด เช่น จักสาน ทำขนมไทย ทำอาหาร ก็จะทำในสิ่งที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ และนำความเชี่ยวชาญมาถ่ายทอดเป็นองค์ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป ในการทำงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์จะให้ความสำคัญกับการทำงานที่สามารถทดแทนกันไม่ได้ยึดติดว่าคนนี้ต้องทำ

อย่างนี้เท่านั้น เมื่อใครขาดใครไม่อยู่ติดธุระก็สามารถมีคนแทนกันได้ เพื่อให้งานสามารถดำเนินต่อไปได้จนสำเร็จ เวลาที่นักท่องเที่ยวทางประธานจะแจ้งให้สมาชิกทราบ ทุกคนจะรู้หน้าที่ของตนเองว่า จะต้องทำอะไร ใครมีหน้าที่เตรียมอาหาร จัดที่พัก เตรียมฐานการเรียนรู้ วัตถุประสงค์ อุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ถ้ามีการจองเป็นหมู่คณะ จะมีการลงตารางกำหนดการล่วงหน้าเพื่อให้สมาชิกได้ทราบและสามารถที่จะมีเวลาในการเตรียมตัว เพื่อที่จะจัดเตรียมทุกอย่างให้พร้อมก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมาถึง ข้อดีของการทำงานที่สามารถทดแทนกันได้ คือ การทำให้เกิดการไว้วางใจกัน เชื่อใจกัน สามารถที่จะตัดสินใจแทน โดยหากมีสถานการณ์ที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข เฉพาะหน้าในสถานการณ์นั้น จะมอบให้กับผู้ที่อยู่ตรงนั้นเป็นผู้ตัดสินใจแก้ไขได้ แต่ต้องมีการแจ้งประธาน หรือรองประธานทราบก่อนการตัดสินใจ เพื่อช่วยกันหาวิธีแก้ไขที่ดีที่สุด และในการปฏิบัติงานสมาชิกทุกคนทำงานอยู่บนหลักการการไว้ใจซึ่งกันและกัน จึงไม่มีกฎเกณฑ์หรือข้อบังคับใด ๆ เราจะใช้การสร้างประสบการณ์ให้กับสมาชิกในการทำงาน โดยการให้ทดลองลงมือทำด้วยตนเองเสียก่อน แต่เมื่อทำแล้วหากไม่ประสบผลสำเร็จ เราจึงจะนำเสนอความคิดเห็น และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาจากสิ่งที่เกิดขึ้น เพื่อให้คนที่ทำงานเข้าใจและเห็นแนวทางในการจัดการกับสิ่งที่พบเจอในการทำงาน ประสบการณ์ที่ได้จะทำให้เกิดความจดจำ และในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน บ้านริมคลองโฮมสเตย์เป็นการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน เราจึงต้องมีการสื่อสารที่ดี ถูกต้อง มีความชัดเจน และมีการรับฟังการยอมรับซึ่งกันและกัน ด้วยประสบการณ์ของแต่ละคนที่ต่างกัน เมื่อมารวมกันจะทำให้เห็นมุมมองแนวคิดใหม่ ๆ และแนวทางในการทำงาน รวมถึงการใช้ประสบการณ์ และการมีเหตุผลเพื่อนำไปปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ค่านิยมในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมของวิสาหกิจบ้านริมคลองโฮมสเตย์ เราดำเนินงานบนความเข้าใจกัน บริหารงานแบบอ่อนสั้นอ่อนยาวกันไป มีความยืดหยุ่นในการทำงาน เพื่อให้สมาชิกทุกคนสามารถที่จะสามารถปรับตัวและอยู่รวมงานกันได้ ให้โอกาสกับสมาชิกทุก ๆ คน เพราะเมื่อมีโอกาสในการทำงานจะเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาตนเอง เมื่อได้ลงมือทำแล้วผลออกมาไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ก็จะค่อย ๆ สอนงานให้เข้าใจเป็นการเพิ่มทักษะในการทำงาน และสามารถที่จะนำเสนอแนวคิดการทำงานใหม่ ๆ มาแลกเปลี่ยนกันเพื่อพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้นไป และที่สำคัญคือ เมื่อสมาชิกมาทำงานแล้วต้องเกิดรายได้ มีรายได้ไปจุนเจือครอบครัว มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และรายได้ที่ได้จากนักท่องเที่ยวจะถูกหักไว้ 30 บาทต่อคน เพื่อนำเข้ามาเป็นกองกลางนำไปใช้ในการบริหารจัดการ ซ่อมแซม พัฒนา หรือเป็นเงินปันผลให้กับสมาชิกต่อไป

ทักษะในการทำงานของสมาชิกคนรุ่นเก่าจะไม่ค่อยมีปัญหาในการทำงานเพราะทุกคนจะรู้หน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบของตนเองเป็นอย่างดี แต่สำหรับคนรุ่นใหม่อาจจะประสบปัญหาอยู่บ้าง เนื่องด้วยช่องว่างระหว่างวัย แนวคิด วิธีคิดที่ต่างกัน เช่น มีลูกหลานที่อยากจะกลับมาช่วยงานในเรื่อง

การบริหาร แต่มีข้อกังวลในเรื่องการบริหารจัดการ เพราะการบริหารงานที่ดำเนินอยู่นี้มีในเรื่องของรายจ่ายที่มาก มีเงินหมุนเวียนในการบริหารจัดการ ไม่มีเงินเหลือเป็นก้อน เขาก็จะไม่เข้าใจการทำงานแบบนี้ ทำให้กลัวไม่กล้าที่จะทำ ในส่วนของคนรุ่นเก่าสมาชิกจะมีประสบการณ์ มีทักษะในการทำงานที่ดี มีความคุ้นเคย คุ้นชินกับเนื้องานที่ตนเองถนัด และสามารถที่จะทำแทนกันได้ ถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของงานหลังบ้านของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ ปัจจุบันมีคนรุ่นใหม่เริ่มเข้ามาช่วยงานมากขึ้น คนรุ่นใหม่ก็จะมีการเรียนรู้ทักษะจากคนรุ่นเก่า และพัฒนาทักษะใหม่ที่ตนเองมีความถนัดในการทำงาน อย่างในเรื่องของการใช้เทคโนโลยี การสื่อสารต่าง ๆ การทำโครงการ การนำเสนอโครงการ เป็นต้น คนรุ่นใหม่ก็จะมาช่วยเติมเต็มในเรื่องเหล่านี้ให้กับชุมชนของเรา เมื่อสมาชิกทั้งเก่าและใหม่ได้ร่วมงานกัน ก็จะช่วยกันผลักดันกันให้งานเสร็จสมบูรณ์ได้เป็นอย่างดี โดยทางเราไม่ต้องมีการประเมินใด ๆ เนื่องจากทางสมาชิกจะช่วยกันทำงาน เรามีหน้าที่กำกับดูแล ให้คำปรึกษา และตักเตือน ในส่วนของงานที่ดำเนินอยู่จนแล้วเสร็จ

การดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ เกิดขึ้นจากแนวความคิดที่ว่า จะทำอะไรให้คนในชุมชนมีงานทำ มีรายได้ ลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เพราะการทำกรท่องเที่ยวเปรียบเสมือนกับการพัฒนาชุมชน เพราะใครมาเที่ยวบ้านโทรม ๆ ไม่มีความสะอาด ไม่มีระเบียบ ไม่มีการพัฒนา เริ่มจากการพัฒนาตนเอง พัฒนาครัวเรือน ตัวอย่างเช่น การพัฒนาปรับปรุงบ้านพักของตนเอง สร้างระเบียบวินัยให้กับเจ้าบ้าน แต่สิ่งที่ชุมชนยังขาด คือความรู้ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเราก็จะเข้าไปให้ความรู้เกี่ยวกับทุกบ้านเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การทำธุรกิจ เวลามีกลุ่มศึกษาดูงานมาเยี่ยมชม สิ่งที่จะบอกเวลาพูดคุยกันเสมอ ไม่ว่าจะทำกลุ่มท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนในบ้านของเรา ขอให้คิดว่าส่วนหนึ่งคือ ธุรกิจ ไม่เช่นนั้นจะไม่ก่อให้เกิดรายได้ เพราะถ้าทำแล้วไม่มีรายได้ ก็ไม่มีใครอยากที่จะทำ แต่ถ้าทำให้เกิดรายได้ และกระจายรายได้ แบ่งปันไปสู่ชุมชนได้ ความยั่งยืนก็จะเกิดตามมา ความขัดแย้งก็จะไม่มีเพราะทุกคนได้เท่าเทียมกัน และทุกคนก็จะขยันทำงานเหมือนกันเพราะทำงานแล้วมีรายได้ และรู้ว่าตนเองใช้อะไรเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ก็จะรักษาอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป

อุปสรรคในปัจจุบันที่คิดว่าเป็นจุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ น่าจะเป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ การทำการตลาด ที่ไม่เก่งมาก อาศัยว่ามีเครือข่ายจำนวนมาก ในส่วนที่เป็นเรื่องของออนไลน์ ด้วยเราเป็นคนรุ่นเก่า อาจจะเข้าถึงออนไลน์ได้ช้ากว่าคนรุ่นใหม่ อนาคตมีแผนในการทำออนไลน์มากขึ้น โดยจะให้เด็กรุ่นใหม่ที่เป็นลูกหลานสมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ใหม่มากขึ้น เป็นเรื่องที่ชุมชนต้องปรับตัวมากขึ้น



#### ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างไร

เริ่มต้นจากการที่ท่าโฮมสเตย์และนำชมดูหิ้งห้อย ทำให้มองเห็นว่าสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติที่อยู่รอบตัวไม่ว่าจะเป็นคลอง ต้นลำพู หิ้งห้อย ล้วนเป็นสิ่งที่เกิดตามธรรมชาติ เป็นสิ่งที่ต้องช่วยกันอนุรักษ์ไว้ หากต้องการกำไรจากการทำธุรกิจจะต้องอนุรักษ์ทรัพยากรไว้ให้อยู่ได้อีกนาน เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจอยากมาท่องเที่ยว และไม่ใช่ว่าเพียงแค่มั่นน้ำลำคลองเพียงอย่างเดียว ในส่วนของการเกษตร การทำสวน การประกอบอาชีพในชุมชน หรือวัฒนธรรมที่มีอยู่ ก็ถือว่าเป็นทุนเหมือนกัน เพราะเมื่อทำงานด้านนี้มากขึ้นจะยิ่งรู้และยิ่งเข้าใจ ทำให้เกิดความรัก ความหวงแหนในทรัพยากรที่มีอยู่ เพราะสิ่งเหล่านี้คือต้นทุนเป็นรากฐานของรายได้ เพราะฉะนั้นจึงต้องรักษาทุกเหล่านี้ไว้ให้นานและให้มากที่สุด

ทุนชุมชน คือ หลักสำคัญที่ช่วยให้ชุมชนเห็นและเข้าใจทุนที่ชุมชนตนเองมีอยู่ ทุนแต่ละชุมชนก็ต่างกัน แต่ทุนชุมชนทั้ง 6 ทุน ล้วนมีความสำคัญเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการทำงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเราขาดทุนใดทุนหนึ่งไปไม่ได้ ควรจะต้องมีทั้ง 6 ทุน เช่น ทุนสังคม ก็คือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่มีช่วยกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทุนวัฒนธรรมในเรื่องของวิถีชีวิตริมคลอง ความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การใส่บาตรพระทางเรือ ซึ่งเป็นทุนดั้งเดิมที่มีกันมานานแล้ว

ทุนชุมชนที่โดดเด่นของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ เป็นในเรื่องของทุนทางธรรมชาติ เพราะนักท่องเที่ยวที่มาที่นี่เพราะยังมีความเป็นธรรมชาติอยู่ เราอนุรักษ์ รักษาธรรมชาติ สวนมะพร้าว สวนริมคลองให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสวิถีชีวิตของคนสวนริมคลอง เรายังมีทุนมนุษย์ที่เป็นปราชญ์ชาวบ้าน มีองค์ความรู้ในเรื่องของมะพร้าว มีทุนวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของที่สืบทอดกันมา ทุนที่มีทั้งหมดช่วยให้เราเห็นถึงทรัพยากรที่เราคิดว่าเรามีอะไรบางอย่างที่สามารถนำมาใช้ให้เป็นจุดเด่นเพื่อต่อยอดในการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

#### ตอนที่ 5 การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ มีแนวคิดเปรียบเทียบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นเหมือนกับสินค้า สินค้าต้องมีคนซื้อ ต้องมีการตลาด พอเรารู้ว่ามีความต้องการซื้อ มีตลาด จึงต้องมีการดูแลรักษาสินค้า และเมื่อเราไม่สามารถดูแลสินค้าที่มีอยู่ได้เองทั้งหมด จึงต้องเกิดการมีส่วนร่วมและการแบ่งปัน และหากทุกอย่างดำเนินไปอย่างไม่สอดคล้องจะทำให้เกิดการสะดุด และในด้านทรัพยากรเมื่อมีใช้ไปแล้วต้องมีการทดแทน ดูแล รักษา จะปล่อยให้เสื่อมโทรมไม่ต้อง ต้องมีการปรับปรุงซ่อมแซมอยู่เสมอ ต้องทำทุกวัน พัฒนาและหาส่วนร่วมที่จะต่อยอด การหาผู้ที่เป็นส่วนร่วมไม่ว่าจะเป็นองค์กรหรือหน่วยงานอื่นมาร่วมกัน และร่วมผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และ

มุ่งเน้นการพัฒนาความยั่งยืนโดยผ่านการสื่อสารโดยคนรุ่นใหม่ ที่จะต่อยอดและสืบสานจากสิ่งที่มีอยู่ เพราะการที่มีคนรุ่นใหม่มาช่วยพัฒนาต่อ จะได้แนวคิดที่ดีกว่าเนื่องจากมองเห็นว่าคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันหันกลับมาใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าคนรุ่นเก่า จึงต้องคอยปลูกฝังคนรุ่นใหม่ให้เกิดการรักษา หวงแหนแบบค่อยเป็นค่อยไป

**ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2** ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนพัฒนาชุมชนให้มีความรู้ และเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเพื่อสังคมในระดับจังหวัด ของจังหวัดกระบี่

### **ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก**

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 ดำรงตำแหน่งนายกสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดกระบี่ ประธานกรรมการบริษัท กระบี่ โลคอล (Krabi Local) และประธานชุมชนท่องเที่ยวแหลมสัก มีประสบการณ์ในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่น้อยกว่า 8 ปี

### **ตอนที่ 2 จุดเริ่มต้นของการทำท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม**

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่จะเน้นเป็นการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านนั้น ๆ ตำบลนั้น ๆ ขึ้นอยู่กับพื้นที่ การจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนมีความกล้ากึ่ง ยังไม่เป็นธุรกิจ 100% วิสาหกิจชุมชนสามารถจัดตั้งได้ที่สำนักงานเกษตรอำเภอ ขึ้นกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แต่สามารถที่จะดำเนินกิจกรรมอะไรก็ได้ที่เป็นการรวมตัวกันของชาวบ้าน ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานอื่นที่มารองรับการจดทะเบียนในลักษณะขององค์กรแบบนี้ ถ้าจะมีก็จะมีในระดับสมาคม หรือมูลนิธิ เป็นอีกระดับหนึ่ง ซึ่งไปในระดับนั้นอาจจะยุ่งยาก ทำให้ชาวบ้านเลือกที่จะมาตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นการรับรองการมีตัวตน

รูปแบบของการบริหารจัดการ มีหลากหลายโมเดล หลากหลายรูปแบบมาก ถ้าตั้งใจที่จะทำให้ชุมชนมีการพัฒนาที่ดีขึ้นจริง ๆ ในระยะยาวโมเดลของกิจการเพื่อสังคมเป็น หรือ Social Enterprise (SE) สามารถช่วยได้ แต่ในระดับชุมชน หรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน กิจการเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE) จะเป็นแค่กระบวนการยังไม่ได้เป็นองค์กร แต่ในจังหวัดกระบี่ที่เป็นรูปแบบองค์กร คือ ในปัจจุบันมีการพัฒนาภาคีเครือข่ายร่วมมือกันของชุมชนกระบี่มาร่วมกันจัดตั้งบริษัท โดยการจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด ชื่อ บริษัท กระบี่ โลคอล จำกัด (Krabi Local Company Limited) ดำเนินการโดยเป็นบริษัทเป็นนิติบุคคล โดยมีข้อกำหนดของกฎหมายว่าเมื่อมีผลประกอบการสามารถนำกำไรไปแบ่งให้กับผู้ถือหุ้นได้ไม่เกิน 30% อีก 70% จะต้องนำไปเพื่อ

ช่วยเหลือสังคม จึงจะเรียกว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม แต่ถ้าเป็นบริษัทจำกัดจะขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารที่ต่างกันออกไป คุณจะไปช่วยสังคม 10% หรือ 90% ก็ได้ที่เหลื่อมมาแบ่งปันกัน แต่ถ้าเป็นบริษัทที่เป็น SE จะมีคำต่อท้ายชื่อบริษัทในวงเล็บว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ซึ่งได้รับการช่วยเหลือหรือการลดหย่อนภาษีในอนาคต แต่นโยบายหลักจะมุ่งเน้นเรื่องการช่วยเหลือสังคม ซึ่งที่ผ่านมามีบริษัท SE จะเป็นบริษัทที่แตกตัว ออกจากบริษัทใหญ่ ๆ ที่มีศักยภาพสูง เช่น ซีพี, ไทยเบฟ, ปตท., SCG เพราะ SE เริ่มมาจาก CSR ในบริษัทพวกนี้ ที่มีความต้องการที่จะช่วยเหลือสังคม ผ่านกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นการสร้างโรงเรียน ปลูกป่าชายเลน หรือกิจกรรมอื่น ๆ ในปัจจุบันกิจกรรมด้านนี้เข้มข้นขึ้น บริษัทต่าง ๆ จึงได้เปิดบริษัทที่เกี่ยวข้องกับ SE โดยตรง และใช้คำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” หรือจะเห็นได้ชัดยกตัวอย่าง บริษัทประชารัฐรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) เป็นนโยบายของภาครัฐที่ร่วมมือกับเอกชน ระหว่างฝ่ายรัฐบาลที่เป็นภาครัฐ และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนภาคเอกชน ที่เราได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน โดยรวบรวมผู้ถือหุ้นในจังหวัดเข้ามาร่วมกัน แต่บริษัทประชารัฐรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จะไม่เอากำไรมาแบ่งผู้ถือหุ้นเลย หมายความว่า ผลประกอบการ 100% นำไปช่วยเหลือสังคมทั้งหมด จะเห็นได้ว่ากิจการเพื่อสังคมจะมีระดับของการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ดังนั้นรูปแบบของจังหวัดกระบี่ที่เกิดขึ้นนั้น เรายังไม่ได้ประสบความสำเร็จเหมือนบริษัทใหญ่ ๆ เราเริ่มจากเอาเนื้อในคือ ชุมชนท่องเที่ยว สาเหตุที่ทำให้เช่นนี้ไม่ได้เพราะเรามีเยอะมากแล้วจะเอาไปช่วยเหลือสังคม แต่เราคิดว่า เราจะช่วยเหลือกันเอง ช่วยเหลือกันได้ ในภาพกว้างของการดำเนินงาน ปัญหาของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับชุมชน เป็นเรื่องของการพัฒนาในมิติต่าง ๆ ที่อาจจะต้องมีปัจจัย ขาดการสนับสนุนที่ถูกที่ถูกเวลา และในเรื่องของการทำการตลาด เพราะเราพึ่งพาคนอื่นเยอะมาก เราจึงมีแนวคิดถ้าเรามาร่วมกันเน้นเรื่องการทำการตลาด บริษัทจะทำการตลาดให้กับชุมชน และถ้ามีเหลือก็จะใช้แนวคิด SE ก็จะเอาตรงนี้ไปเป็นกองกลาง เพื่อนำไปช่วยพัฒนาชุมชนที่ยังขาดแคลน ที่ยังมีความจำเป็น ช่องทางการทำการตลาดของ SE ของเรา เราคิดว่าเมื่อเรารวมกันแล้ว สิ่งที่ชุมชนต้องยอมรับว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ละชุมชนมีศักยภาพไม่เท่ากัน ยกตัวอย่าง ในกระบี่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชน 20 ชุมชน แต่มีชุมชนที่มีความพร้อมขายได้จริงและต่อเนื่องไม่ถึง 10 ชุมชน ชุมชนที่เหลือก็ต้องมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนา การเตรียมความพร้อม การตลาดที่เกิดขึ้นก็จะเป็นการตลาดแบบจัดตั้ง ไม่ใช่การตลาดจริง ๆ ที่ลูกค้ามาจริง แต่จะเป็นลูกค้าที่ถูกให้มา ถูกจ้างให้มา ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนในกลุ่มนี้จะติดขัดในเรื่องการดำเนินงาน แต่ถ้าเราร่วมกันช่วยเหลือกัน ผลลัพธ์ที่ได้ก็จะส่งผลถึงชุมชนทั้งหมดไม่ใช่แค่บางส่วน หมายความว่า 20 ชุมชนมีนักท่องเที่ยวมา 5 ชุมชน อีก 15 ชุมชนไม่มีนักท่องเที่ยวมาแต่รายได้ของ 5 ชุมชนจะถูกกระจายเป็นเงินปันผลไปยังอีก 15 ชุมชนเช่นกัน อาจจะไม่มากแต่ก็มีปันผลเรื่อย ๆ ทั้งหมดคือแนวคิดที่เห็นร่วมกัน จึงเป็นที่มาของการจัดตั้ง บริษัท กระบี่ โลคอล (Krabi Local

Company Limited) เป้าประสงค์เพื่อการขายแพคเกจท่องเที่ยว ขายผลิตภัณฑ์ชุมชน และเรื่องขององค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในส่วนของรูปแบบการดำเนินงานโครงสร้างของกิจการเพื่อสังคมของกระบี่จะมีความแตกต่างกันในรูปแบบของบริษัทฯ (ระดับจังหวัด) สามารถดำเนินการตามระเบียบข้อบังคับได้ แต่มุมมองของชุมชนการดำเนินการจะเป็นไปในรูปแบบของกระบวนการ ยกตัวอย่าง การจัดตั้งบริษัทกระบี่โลคอล (Krabi Local Company Limited) เรามุ่งเน้นในระดับจังหวัด โดยมีหุ้นส่วนเป็นชุมชน และในชุมชนก็จะมีโครงสร้างของชุมชน ของกลุ่มเอง ถ้าบริษัทฯ มีรายได้แล้วแบ่งปันไปสู่ชุมชน รายได้นี้ก็คือรายได้ของชุมชนนั้น ๆ ชุมชนก็จะนำไปแบ่งปันกันเองในระดับของชุมชน นี่เป็นการกระจายรายได้จากระดับจังหวัดไปสู่ระดับชุมชน ซึ่งการกระจายรายได้ การแบ่งปัน เป็นกระบวนการคิดของ SE เหมือนกัน แต่ชุมชนไม่ได้มีโครงสร้างที่เป็น SE เต็มรูปแบบ เพราะไม่ได้ยึดกฎกติกาในระดับชุมชน ต้องมีการยืดหยุ่นสูงมากจะไปบังคับให้รับผลประโยชน์ 30% เป็นเรื่องที่ยาก คนในชุมชนเองอาจจะไม่เข้าใจ คอยกันยาก ดังนั้นการที่จะทำให้ชุมชนเป็น SE ด้วยการให้โครงสร้างจึงเป็นเรื่องยาก แต่ถ้าเป็นในเรื่องกระบวนการจะมีความง่ายในการดำเนินงานมากกว่า โดยกลุ่มแกนนำจะต้องมีหลักการในการดำเนินงานในแบบ SE แต่ถ้าเป็นในรูปแบบของบริษัทที่มีโครงสร้างน่าจะมีความวุ่นวายและเป็นไปได้ยาก ในปัจจุบันมีหลายองค์กรที่พยายามผลักดันให้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกิจการเพื่อสังคมในมุมมองภาพลักษณ์ดูดีมาก แต่ในทางปฏิบัติ จริง ๆ นั้นมีความยากมาก ดังนั้นเราจึงเลือกทำในระดับจังหวัดด้วยหลาย ๆ เหตุผล ในระดับชุมชนนั้น แกนนำ หรือประธาน อาจจะมีการสั่งสมความรู้ สั่งสมประสบการณ์ แนวคิดเรื่องการดำเนินงานการบริหารจัดการจนอึดตัว แต่คนที่รองลงมาบางคนไม่มีความรู้เลย ไม่ได้ไปอบรม มีหน้าที่ทำงานตามคำสั่ง ทำให้มีช่องว่างเกิดขึ้น ความรู้ความเข้าใจไม่เท่ากัน และปัญหาหนึ่งก็คือเมื่อชาวบ้านรวมตัวกันแต่ดำเนินงานต่อไปไม่ได้ ล้วนแต่มาจากการเห็นแก่ตัว เรื่องของผลประโยชน์ที่ไม่ลงตัว บางครั้งไม่ได้คิดจะโกง แต่คนในชุมชนมีความเข้าใจอยู่อย่างนั้น ในการให้คนในชุมชนมาลงมือทำอะไร สิ่งที่คนในชุมชนคิดคือต้องไม่ขาดทุน ต้องมีกำไร สิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจกับคนในชุมชนซึ่งค่อนข้างยาก แต่ในระดับจังหวัดที่เราดำเนินการ เราเรียกแกนนำ ประธานชุมชน มาพูดคุยแลกเปลี่ยน คนเหล่านี้เราเคยพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนในการประชุมในเวทีต่าง ๆ ผ่านการปรับความเข้าใจกันมาแล้ว ทำให้มองเห็นภาพที่ใกล้เคียงกัน

แนวโน้มการดำเนินงานต่อไปในอนาคตในเรื่องของกิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมีความเป็นไปได้ เพราะพื้นฐานที่ทำในชุมชนเราใช้หลัก SE เป็นกระบวนการในการดำเนินงาน แต่ยังไม่กล้าที่จะจัดตั้งเป็นองค์กร เพราะการตั้งองค์กร เป็นการจุดประกาย หรือให้ความหวัง มันเป็นเรื่องที่ละเอียดมาก องค์กรที่ดำเนินไปอาจจะสะดุดได้จากคนในชุมชน การ

ท่องเที่ยวโดยชุมชนควรจะต้องมีแนวคิดของ SE ในการดำเนินงาน เพราะเป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ทำให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต ถ้ามองกันโดยภาพรวมการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วนใหญ่ใช้หลัก SE ในการดำเนินงานอยู่แล้วแต่เพียงไม่ได้เรียกว่าเป็น SE เช่น มีรายได้จากการท่องเที่ยวและนำมาปันผลให้กับสมาชิก นำไปพัฒนาชุมชน ช่วยเหลือคนในชุมชนที่ไม่ใช่สมาชิก เหล่านี้เป็นแนวคิด SE ทั้งสิ้น มองต่อไปว่าจริง ๆ แล้วภายนอกชุมชน บริษัทเอกชน หน่วยงานภาครัฐ หรือชุมชนเองมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของ SE มากน้อยเท่าไร การสนับสนุนในการดำเนินงาน ก็มีข้อจำกัด เพราะภาครัฐเมื่อมองเห็นว่า เป็นบริษัทก็จะคิดไปว่าเป็นธุรกิจเป็นภาคเอกชนไม่สามารถให้การสนับสนุนได้ แต่ถ้าเป็นชุมชนที่ทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังจะต้องทำตัวเล็ก ๆ ค่อย ๆ พัฒนาเติบโตไปช้า ๆ

### ตอนที่ 3 แนวทางการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร

ในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจสูงมาก ในหลาย ๆ ธุรกิจ รวมทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวก็เช่นกันภาพที่คนภายนอกมองการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างแรกจะมองว่าไม่เอาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไม่เอาไม่สนใจ ไม่ยุ่งเกี่ยว และอย่างที่สองมองว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นคู่แข่ง เพราะมองว่าเป็นกลุ่มที่บริหารจัดการเรื่องการท่องเที่ยว ดำเนินการในรูปแบบของบริษัทนำเที่ยวด้วย ไม่มีมองว่าเป็นคู่ค้าหรือเครือข่าย ในอนาคตต่อไปการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องเป็นธุรกิจเชิงแบ่งปันไม่ใช่ธุรกิจเชิงแข่งขัน เพราะทรัพยากรที่ใช้มีจำกัด จะแข่งขันพาดพิงกันไปก็มีแต่เจ็บตัว และก็จะไม่เกิดความยั่งยืน ธุรกิจเชิงแบ่งปันคือการที่ทำให้ทุกฝ่ายได้ผลประโยชน์เท่าเทียมกันสามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน แต่แค่ผลกำไรอาจจะน้อยลง แต่ก็จะได้สะสมในระยะยาว

การขับเคลื่อนในส่วนของบริษัทกระบี่ โลคอล (Krabi Local Company Limited) เราเริ่มจากการวิเคราะห์โมเดลทางธุรกิจเพื่อให้เห็นภาพว่าเราเป็นอะไร ซึ่งเราก็เป็นผู้ประกอบการนำเที่ยวรายหนึ่งที่มีมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ก็มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั่วไปด้วย เพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น เป็นการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเดิมกับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ที่เรามีอยู่ และเราอยากที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ เป็นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีมุ่งเน้นในเรื่องของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็น แบรนดของจังหวัดกระบี่ ยังมีส่วนงานที่เป็นออแกนไนซ์ จัดอีเวนท์ที่เรามีศักยภาพในการดำเนินงานก็อยู่ในส่วนที่เราทำได้ด้วยในอนาคตมีแผนในการที่จะขยายไปในสายงานวิชาการ ที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับผู้ที่สนใจ พัฒนาชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วยองค์ความรู้ท้องถิ่นเป็น Local Experience ให้นักท่องเที่ยวได้มาเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวกับชุมชน ทั้งยังเป็นการพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีศักยภาพมีแนวคิดในการทำธุรกิจเชิงแบ่งปัน

มากขึ้นอีกด้วย กลยุทธ์ในการแข่งขันที่จะต้องดำเนินต่อไป แนวทางในการดำเนินงาน เราจะต้องสร้างเกราะให้กับตัวเอง ดังนั้นเราจะต้องมีสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่คนทั่วไปทำไม่ได้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อที่จะให้ชุมชนเป็นคนจัดการผลิตด้วยตนเอง

ชุมชนที่จะดำเนินกิจการเพื่อสังคมจำเป็นต้องมีแนวคิดในเรื่องของการแบ่งปัน ต้องยอมรับการแบ่งปันให้มากกว่าส่วนตัว หมายถึง เมื่อเราอยู่ได้ที่เหลือเราก็จะแบ่งปันให้คนอื่น ไม่ใช่เรายังอยู่ไม่ได้แล้วให้คนอื่นหมดเลย การทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมองถึงความอยู่รอดด้วย เรื่องของปากท้องของสมาชิกด้วย แต่ก็มีบางชุมชนที่ทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไม่ได้มองเรื่องของเงินทองเพราะเขามีอยู่แล้ว เช่น ชุมชนเมืองต่าง ๆ เพราะเป้าหมายเขาทำเพื่อภาพลักษณ์ชื่อเสียงไม่ใช่ตัวเงิน ดังนั้นชุมชนที่จะทำ SE ต้องเข้าใจถึงการแบ่งปัน ยอมรับการแบ่งปัน และยอมรับผู้อื่นได้ ถือว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญ

#### ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างไร

ทุนชุมชนถือว่าเป็นตัวหลักที่มีความสำคัญ เพราะเรามองว่าทุนชุมชนเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีทุนชุมชนก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยว การที่มีทุนชุมชนแต่ไม่รู้จักใช้ไม่รู้จักที่จะแต่งตัวให้ทุนชุมชนที่มีก็จะไม่ทำให้ทุนชุมชนที่มีเกิดความน่าสนใจ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องใช้ทุนชุมชนเป็นสินค้าหลัก แม้แต่การท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลักก็ยังมีทุนชุมชนเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น ไปเที่ยวทะเล หาดทราย สวยสะอาด ก็ถือว่าเป็นทุนทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ในทางกลับกันถ้าทุนทางธรรมชาติตรงนั้นเสื่อมลง ทรุดโทรม ขาดการดูแล ก็ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นเพียงทุนเดียวที่มี แต่การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีทุนอื่น ๆ ทั้งทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเรื่องของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ที่มีความแตกต่างกันของแต่ละชุมชน จึงเป็นจุดที่น่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้แลกเปลี่ยน ก่อให้เกิดประสบการณ์ร่วมกัน

ทุนชุมชนเป็นสิ่งที่ชุมชนมีอยู่แล้ว แต่จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ทำอย่างไรเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วทุนชุมชนยังคงอยู่ ต้องมีแผนการจัดการ รองรับ และต้องมองถึงอนาคตว่าทำอย่างไรให้ทุนชุมชนที่มีอยู่ ยังคงอยู่ต่อไป ทุนชุมชนทั้ง 6 ทุน ที่โดดเด่นของกระบี่ มีทั้ง ทุนทางธรรมชาติ ทุนวัฒนธรรม ทุนมนุษย์ ทุนกายภาพ ซึ่งจริงๆ ทุนชุมชนทุกทุนล้วนมีความสำคัญในการที่ช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

#### ตอนที่ 5 การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

ปัจจุบันภาครัฐมีแนวคิดในการที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่การที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะขับเคลื่อนไปได้นั้นมีหลายองค์ประกอบ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับคนในชุมชนเพียงอย่าง

เดียว หน่วยงานต่าง ๆ ที่สนับสนุนขับเคลื่อน ก็จะทำให้ค่านิยมในการดำเนินงานว่า ชุมชนต้องเข้มแข็ง ชุมชนต้องมีส่วนร่วมเพื่อจะได้เกิดความยั่งยืน นี่เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งเท่านั้น ถ้าชุมชนเข้มแข็งจริง ชุมชนสามารถที่จะต่อสู้กับแรงกระแทกจากภายนอกที่เข้ามาอย่างดุเดือดหรือไม่ โดยเฉพาะในด้านธุรกิจ ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยเข้มข้นมากในทุกวันนี้ ในสถานการณ์ที่มีโรคระบาด ทุกคนมองว่าการท่องเที่ยวจะเป็นทางออก และเมื่อการท่องเที่ยวเป็นเค้กก้อนเดียวที่เป็นความหวังทุกคนก็ จะมีความต้องการเค้กก้อนนี้ ประกอบกับกระแสของการท่องเที่ยวโดยชุมชนทุกวันนี้มีมากขึ้น คน ภายนอกก็จะมองว่าเพราะอะไรถึงต้องเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถตอบในเรื่องของความสงบของจิตใจ เรื่องของความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ และเรื่องของ วัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากจะมาสัมผัส เป็นก้อนเค้กที่ทุกคนอยากจะมีส่วนในเค้ก ก้อนนี้ ถามต่อว่าชุมชนจะต้องเข้มแข็งขนาดไหนถึงจะต้านแรงกระแทกจากข้างนอกได้มากหรือไม่ ชุมชนเข้มแข็งคือส่วนหนึ่ง ส่วนสนับสนุนในการดำเนินงาน คือรัฐบาลต้องหาเกราะมาป้องกัน จะเห็น ได้ว่าชุมชนหลายชุมชนที่มีความกระตือรือร้นและไปได้เพราะอะไร ชุมชนเหล่านี้ยังเพิ่งจะดำเนินงาน ในขั้นที่ 1 เท่านั้นเอง เป็นขั้นที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้คนรู้จัก แต่พอหลังจากหลุดขั้นที่ 1 กลายเป็นสินค้า ทางการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมอย่างเต็มที่แล้วจะก้าวเข้าไปอยู่ในวังวนของธุรกิจ 100% ชุมชนก็จะ กลายเป็นสินค้าชิ้นหนึ่งที่ผู้ซื้อแย่งกัน แต่ตอนนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังไม่ได้ได้รับความสนใจจาก ธุรกิจภาคเอกชน เพราะภาคเอกชนยังคงมีทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยวที่ยังคงขายได้ใช้ได้อยู่ ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในปัจจุบันจะเป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ยังเป็น กลุ่มเล็ก ๆ ที่เข้าใจบริบทในการแบ่งปัน แต่ถ้าเมื่อใดที่ภาคเอกชนเห็นว่าสินค้าหลักของตนเองที่ขาย อยู่ลดน้อยลง และหันมามอง มาหยิบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นสินค้าใหม่ มาทำเป็นสินค้าหลัก เพื่อให้ธุรกิจของตนเองดำเนินต่อไปได้ สิ่งที่ตามมาคือเรื่องของการเอาเปรียบชุมชน มาหา ประโยชน์กับชุมชนในระยะยาว ดังนั้นสิ่งที่สำคัญชุมชนต้องมีเกราะป้องกันเพื่อป้องกันผลกระทบจาก กลุ่มธุรกิจภาคเอกชน อาจจะต้องมีพระราชบัญญัติคุ้มครอง หรือมีกฎระเบียบข้อบังคับที่ชัดเจนใน การดำเนินงานร่วมกับชุมชน ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ที่มีบริษัทนำเที่ยวเอกชน ใช้แคมเปญของ ภาครัฐเข้ามาหาประโยชน์ในชุมชน โดยแคมเปญภาครัฐจ่ายค่าแพคเกจให้เที่ยวชุมชนได้ 12 คนโดย บริษัทนำเที่ยวไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ มีการติดต่อจะเข้ามาใช้บริการที่ชุมชนโดยแจ้งจำนวนตาม แคมเปญ คือ 12 คนตามแพคเกจ แต่มาจริง ๆ 40 คน ส่วนที่เหลือ บริษัทนำเที่ยว ติดต่อทุกอย่างเอง ทั้งหมดไม่ผ่านชุมชน เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ก่อนวันนัดหมาย 1 วันโทรศัพท์มายกเลิกการจอง ทั้งหมดบอกว่าไม่เดินทางแล้ว แต่วันจริงเดินทางมาทั้งหมด และมีการติดต่อประสานหาเรือของ ชาวบ้าน หลบไปลงเรืออีกท่าหนึ่ง แต่ด้วยวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวแหลมสัก เป็นชุมชนท่องเที่ยว ประกาศเขต หมายถึง รัฐบาลประกาศในราชกิจจานุเบกษา มีพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวว่าชุมชน

ใดที่ประกาศเขตแล้วมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีบัตรประจำตัวมัคคุเทศก์ ถ้านักท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวจะมาเที่ยวจะต้องใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นของชุมชน ถ้านำมัคคุเทศก์จากภายนอกมาถือว่าผิดกฎหมาย แต่บริษัทนำเที่ยวนี้อาจยังใช้มัคคุเทศก์ภายนอก ทางชุมชนจึงได้ดำเนินการแจ้งความกับตำรวจท่องเที่ยวและมีการจับและปรับไปตามกฎหมาย หลังจากกลับไปบริษัทนำเที่ยวก็ยังมีภารกิจต่อเนื่อง ร้องเรียน กล่าวหาชุมชนในหลายเรื่อง จากเรื่องนี้ทำให้เห็นว่ายังมีผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวอีกจำนวนมากที่ยังไม่เข้าใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน ยังมุ่งเน้นในเรื่องของการแข่งขัน เรื่องของผลกำไร พอเรื่องนี้ถูกเผยแพร่ออกไปในเวทีของการท่องเที่ยวโดยชุมชนระดับประเทศ ผลสะท้อนกลับมาหลายชุมชนที่ประสบเหตุการณ์เช่นนี้เหมือนกัน แต่ไม่รู้ว่าจะแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นอย่างไร ทำให้มองเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเปราะบาง ยังต้องได้รับการสนับสนุนจากหลาย ๆ ฝ่ายทั้งจาก นักวิชาการ, ภาครัฐ, การท่องเที่ยวโดยชุมชนทั่วประเทศ ที่จะมาร่วมมือร่วมใจกันในการสร้างความแข็งแกร่งทำให้โมเดลการท่องเที่ยวโดยชุมชนดำเนินไปได้อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต ยังมีประเด็นปัญหาอีกมากในการดำเนินงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในชุมชนเองก็ยังมีเรื่องของผลประโยชน์ อิจฉาริษยากันซึ่งเป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ผ่านมา วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหลมสัก เริ่มต้นจากกลุ่มศึกษาดูงาน เป็นแบบองค์กรจัดตั้ง ต่อจากนั้นเริ่มเป็นนักวิชาการและสื่อมวลชน ต่อมาเริ่มเป็นนักท่องเที่ยวคนไทยที่เป็นกลุ่มครอบครัว หรือกลุ่มที่ชื่นชอบแนวของแหลมสัก และก็มาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นจุดเริ่มต้นเริ่มจากการเป็นแหล่งศึกษาดูงาน กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวจริง ๆ ทำให้เราต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้น เป็นไกด์มืออาชีพ เพื่อที่จะให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวจริง ๆ ได้ เพราะถ้าเป็นกลุ่มศึกษาดูงาน เราแค่อธิบายตัวตนของเรา และแสดงออกถึงความจริงใจ ก็สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มศึกษาดูงานได้ แต่ถ้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปเราจะต้องมีมาตรฐานที่ดีมากขึ้น พอมาถึงตอนนี้ เราก็ยังคำนึงถึงลูกค้าทุกกลุ่มเสมอ หมายความว่า เรายังมีจุดยืนที่จะรับทั้งกลุ่มดูงาน กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ไม่เลือกรับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เรายังมีกิจกรรมที่พร้อมรับกลุ่มศึกษาดูงาน และกลุ่มอื่น ๆ เพราะในปัจจุบัน เราไม่สามารถที่จะเลือกรับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ ยิ่งเป็นกลุ่มศึกษาดูงานถือเป็นกลุ่มที่มีปริมาณมาก การจัดการง่าย มีวัตถุประสงค์เดียวกัน คุยกันมาตั้งแต่บนรถแล้วว่าจะมาพบเจออะไรที่ชุมชน และมีกำลังซื้อสูง เพราะค่าศึกษาดูงานหน่วยงานเป็นผู้ดูแล คนที่มาไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอะไร แต่ก็มีบางคนมองว่ารับกลุ่มศึกษาดูงานมาตรฐานไม่ค่อยมี แต่เรามองว่าเป็นเรื่องที่ดี ถ้ามองในมุมธุรกิจ เราไม่ต้องมีมาตรฐานสูงแต่เราขายได้ถือเป็นเรื่องที่ดี แต่การมีมาตรฐานที่ดีถือเป็นภาพลักษณ์ของชุมชนทำให้เห็นว่าเราสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มแต่เมื่อเทียบปริมาณกับกลุ่มศึกษาดูงาน ปริมาณของนักท่องเที่ยวยังคงไม่เท่ากับกลุ่มศึกษาดูงาน แต่นักท่องเที่ยวทั่วไปก็จะจุกจิก มีรายละเอียด



มากกว่า การที่ชุมชนสามารถรับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายถือเป็นเรื่องที่ดี เป็นเรื่องที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ ได้รับเสียงชื่นชม ถือเป็นหนึ่งในความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเรา กลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น กลุ่มMICE เล็ก ๆ เป็นกลุ่มที่ทางชุมชนให้ความสนใจและอยากที่จะให้มีกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้เข้ามา เพราะเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงมากในปัจจุบัน

การดำเนินงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งที่จะทำให้กิจกรรมสามารถดำเนินไปได้นั้น ผู้นำชุมชนเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ เส้นทางของการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเส้นทางที่ขรุขระมาก นอกจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนแล้ว ผู้นำจะต้องมีความเข้มแข็งสามารถที่จะนำชุมชนเดินผ่านเส้นทางนี้ไปได้ กิจกรรมยังสามารถขับเคลื่อนไปได้ ผู้นำจะต้องมีความมุ่งมั่น ไม่ยอมแพ้ ต้องเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพราะเส้นทางที่เดินไปโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ต้องยอมรับ รู้เท่าทัน และปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ดี และผู้นำจะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายเพื่อสร้างการเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกัน มีศักยภาพที่เป็นที่ยอมรับของชุมชน

การร่วมมือกันของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับประเทศ ต้องมีการสร้างแนวคิดในการจัดการ และดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม จำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจาก ภาครัฐ นักวิชาการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะมาช่วยกันผลักดันให้การท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถที่จะขับเคลื่อน มีการสร้างกลยุทธ์ ในการดำเนินงาน มีการจัดสรรผลประโยชน์ที่ชัดเจนและเป็นธรรม มีการแบ่งปันไม่มองประโยชน์ตัวเองเป็นสำคัญ

เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น สิ่งตามมาคือ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ทางชุมชนได้มีแนวคิดในการจัดการเรื่องนี้ ด้วยการวางแผน มองเห็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้นเราจึงมีการออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เป็นกระแสโลกในปัจจุบัน แต่ทุกอย่างต้องมีการควบคุม มีการขอความร่วมมือ ยกตัวอย่าง กิจกรรมปลูกกล้วยไม้รองเท้านารีเหลืองกระบี่ เป้าประสงค์ของกิจกรรมนี้ เพื่อให้สภาพแวดล้อมธรรมชาติดีขึ้น บางครั้งการที่นักท่องเที่ยวเข้าไปปลูกกล้วยไม้จำนวนมาก ก็ส่งผลให้เกิดความเสียหาย ดังนั้นต้องมีการวางแผนการรองรับ และจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปทำกิจกรรมเพื่อไม่ให้หนาแน่นเกินไป ชยะที่เกิดขึ้นจะต้องมีแผนแนวทางในการจัดการ ขวดน้ำพลาสติกของทางชุมชนมีแบบที่สามารถใช้ซ้ำได้แต่มีจำนวนจำกัดไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ถ้าเป็นกลุ่มใหญ่จำเป็นต้องใช้ขวดน้ำพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว เราก็ต้องเตรียมถุงขยะไปเก็บกลับมาไม่ให้หลงเหลืออยู่ในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวไป เราไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงการใช้ขวดพลาสติกได้ เพราะเรายังไม่พร้อม เราได้แต่หาแนวทางการป้องกัน คิดกิจกรรมที่ป้องกันในเรื่องสิ่งแวดล้อมนี้ และเราก็จะต้องคิดต่อไปว่าจะนำขวดน้ำเหล่านี้ไปทำอะไรต่อได้ เพื่อให้การดำเนินงานนี้เป็นผลทางสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดกระบี่ และ บริษัทกระบี่ โลคอล

(Krabi Local) จึงได้กำหนดว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นสมาชิกจะต้องมีแนวคิด และแนวทางในการดำเนินกิจกรรมที่ต้องช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย

หลังจากมีการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งที่เกิดขึ้นคือ ภาพของความร่วมมือของคนในชุมชนที่ช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ไม่ล่าสัตว์ ไม่เก็บกล้วยไม้ป่าไปขาย ซึ่งเป็นความร่วมมือของคนในชุมชน และภาครัฐ อย่างอุทยานแห่งชาติธารโบกขรณี กรมอุทยานแห่งชาติ มีการสร้างเส้นทางศึกษาธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวเข้าไปปลูกกล้วยไม้ เป็นการบูรณาการร่วมกันของชุมชน และภาครัฐที่เห็นภาพชัดเจนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่

การร่วมมือ การมีส่วนร่วมในชุมชนที่มีมากขึ้น เพราะเริ่มต้นจากสมาชิกในชุมชน เพียง 3-4 หมู่ มาช่วยกันขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจุบันทั้ง 6 หมู่ ในแหลมสักเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ก็ยังมีบางกลุ่มที่มีความเห็นไม่ตรงกัน คิดต่าง และก็อยากที่จะดำเนินงานเองก็มี ซึ่งเราไม่สามารถห้ามเขาได้ ดังนั้นการมีส่วนร่วมก็ช่วยให้เกิดการพัฒนาร่วมกันให้เป็นที่ประจักษ์

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีหลายมิติ เช่น ความยั่งยืนของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง คือ การที่ทุกคนมีความสุขในการดำเนินงานร่วมกัน ได้รับประโยชน์ร่วมกัน อาจจะได้ไม่เท่ากัน แต่ไปถึงเป้าหมายร่วมกัน ทุกองค์ประกอบ ต้องมีความเข้าใจบริบทเดียวกัน ว่าการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ต้องไม่ทำลายเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ไม่มุ่งเอาประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก แต่จะเป็นเรื่องของ การที่ช่วยพัฒนาให้ชุมชนมีรายได้ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ลูกหลานในชุมชนมีงานทำ ไม่โยกย้ายไปทำงานต่างถิ่น เกิดความสมดุล เกื้อกูลกันในชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน ต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพราะ แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ไม่มีคนในชุมชนมาช่วยดูแล แต่การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีคนในชุมชนที่ลุกขึ้นมาปกป้องดูแลแหล่งท่องเที่ยว ดูแลวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมให้คงอยู่และสืบสานกัน ต่อไปยังรุ่นหลัง

การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะยั่งยืนได้ ควรต้องมียุทธศาสตร์ประกอบหลายอย่าง เช่น การมีส่วนร่วม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ร่วมกันทำ และร่วมกันรับ โดยร่วมกันทำอาจจะเป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็ก แต่สามารถดำเนินการขับเคลื่อนให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถกระจายผลประโยชน์ให้กับร่วมกันรับ และผู้ร่วมกันทำต้องมีแนวทางในการดำเนินงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อที่จะได้ช่วยกันพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้บรรลุเป้าหมายที่ชุมชนตั้งไว้ และสามารถที่จะแบ่งปันกับคนในชุมชนและชุมชนอื่น ๆ

**ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3** ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนให้มีความรู้ และเป็นผู้ผลักดัน พัฒนา และเป็นที่ปรึกษาให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดเชียงราย

### **ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก**

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 ดำรงตำแหน่งกรรมการฝ่ายประสานงานวิสาหกิจชุมชนโฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง ประธานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงราย รองประธานสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือ และกรรมการ CBT-Thailand มีประสบการณ์ในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่น้อยกว่า 15 ปี

### **ตอนที่ 2 จุดเริ่มต้นของการทำท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม**

จุดเริ่มต้นของการเป็น SE มาจากปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ยกตัวอย่าง โมเดลของบ้านท่าขันทอง บ้านท่าขันทองมีทั้งหมด 160 ครัวเรือน มีที่มาทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน 40 ครัวเรือน แต่ทรัพยากรที่ใช้ในการทำการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรของชุมชน ไม่ว่าจะเป็น แม่น้ำโขง ถนนที่ใช้ในการเดินทาง ไฟฟ้า ประปา ดังนั้นเราจึงต้องดูแลชุมชน คนที่ทำท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รายได้จากนักท่องเที่ยว แล้วชุมชนได้อะไร ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุของความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนไปต่อไม่ได้ จึงต้องเกิดการบริหารจัดการ เราจึงมีแนวทางในการบริหารจัดการ โดยสิ่งแรกที่เราบริหารจัดการ คือ ประเด็นที่หนึ่งการบริหารจัดการความรู้ สมาชิกที่จะมาทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องมีความรู้ที่ไม่ใช่ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว แต่เป็นความรู้ที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิต เช่น ความรู้เกี่ยวกับ เศรษฐกิจพอเพียง การทำเกษตรอินทรีย์ การพัฒนาแปรรูปผลผลิต การเกษตร การออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ครบวงจร ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ทั้งการผลิตแปรรูป และการตลาด ในภาพรวมไม่ใช่เฉพาะในเรื่องของการท่องเที่ยว ยังมีเรื่องของการอบรมในเรื่องการทำอาหาร ทำขนม การจัดอาหาร เราก็ดึงคนในชุมชนมาร่วมอบรม เวลาว่างต่าง ๆ เราก็ให้คนในชุมชนกลุ่มนี้มาช่วยทำให้กับกลุ่มท่องเที่ยว หรือคนในชุมชน ใครที่สนใจก็ยินดีที่จะให้มาร่วมถือเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มาเรียนรู้ ประเด็นที่สองเรื่องการจัดการการศึกษา เมื่อก่อนชุมชนบ้านท่าขันทองมีคนในชุมชนที่จบปริญญาตรีน้อยมาก แต่ในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยมาจากฐานของการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ผู้ปกครองของเด็ก ๆ ที่จบปริญญาตรี เขาเล็งเห็นและตระหนักถึงสำคัญของการศึกษา และพอมีทุนมีกำลังทรัพย์ที่จะส่งลูกเรียน จึงเป็นโอกาสในการยกระดับการศึกษา พัฒนาความรู้ให้กับคนในชุมชน และประเด็นที่สาม คือเรื่องของเศรษฐกิจ การที่มียกท่องเที่ยวเข้ามา เกิดการซื้อขายขึ้น ไม่ว่าจะแวะซื้อของตามร้านต่าง ๆ ในชุมชน หรือการทำอาหารให้นักท่องเที่ยวเราก็ซื้อวัตถุดิบจากในชุมชนมาปรุงอาหาร ทำให้เกิดเศรษฐกิจชุมชน รายได้หมุนเวียนในชุมชน ประเด็นที่สี่

คือเรื่องของสิ่งแวดล้อม เราเป็นต้นแบบของการคัดแยกขยะ การรีไซเคิล การอนุรักษ์น้ำ การอนุรักษ์พลังงาน เราจะมีป้ายรณรงค์ ใช้ไฟฟ้า น้ำประปาอย่างประหยัด แจ้งเตือนเมื่อใช้งานเสร็จแล้วกรุณาปิดด้วย มีการรณรงค์ช่วยกันเก็บขยะ ทำความสะอาดรอบ ๆ ชุมชน ประเด็นที่ห้า เป็นเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ถนนในชุมชน ถนนที่ใช้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวเรียบแม่น้ำโขง กำลังมีการพัฒนาในเรื่องของแสงสว่าง ด้วยการติดตั้งเป็นไฟที่ใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ ประโยชน์ที่ได้ไม่ใช่แค่กับการท่องเที่ยว แต่ได้ทั้งชุมชน ที่ทางเราช่วยผลักดัน เพราะถ้าให้ชาวบ้านในชุมชนมาผลักดันอาจจะล่าช้าเกินไป การพัฒนาสร้างสิ่งสาธารณูปโภคภายในชุมชนเป็นโครงการที่กำลังดำเนินการอยู่ บางเรื่องต้องเป็นการเขียนโครงการเข้าไปขอภาครัฐ ทางชาวบ้านในชุมชนจะทำไม่เป็น ทางเราก็ให้ความช่วยเหลือในการจัดทำ และนำเสนอให้ เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ดังนั้นถ้าถามว่าเราดำเนินการในเรื่อง SE อย่างไร อาจจะสรุปได้ว่า เราใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา ทั้งประเด็นเรื่อง การบริหารจัดการความรู้ การพัฒนาการศึกษา เศรษฐกิจชุมชน สิ่งแวดล้อมชุมชน และสิ่งสาธารณูปโภคในชุมชน เมื่อเรามีการพัฒนาและสนับสนุนในเรื่องดังกล่าวแล้ว กลุ่มที่ทำท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชนก็จะได้รับการพัฒนาร่วมกัน

ในอนาคตการท่องเที่ยวจะมีประเด็นที่ต้องเกี่ยวข้องกับ SE คือ ประเด็นที่หนึ่ง เรื่องสิ่งแวดล้อม ในการท่องเที่ยวจะต้องมีตัวชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม การไม่ทำลายสภาพแวดล้อม การลดขยะ ชุมชนจะต้องทำอย่างไรกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ประเด็นที่สอง เรื่องการลดใช้พลังงาน หรือใช้พลังงานทดแทน การท่องเที่ยวในอนาคตจะคำนึงถึงเรื่องการใช้พลังงาน จะต้องมีการถามว่าลดพลังงานอย่างไร ใช้พลังงานทดแทนอย่างไร และประเด็นที่สาม เรื่องการช่วยเหลือชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างไร ในการดำเนินการ ชุมชนได้อะไรจากการทำกิจกรรม เริ่มจากภายในชุมชนเอง และขยายออกไปในการช่วยเหลือ พัฒนาภายนอกชุมชนอื่น ๆ อย่างเราเองก็ไปเป็นวิทยากร เป็นพี่เลี้ยงให้กับชุมชนอื่นในการพัฒนา เนื่องจากชุมชนนั้น ๆ ไม่มีประสบการณ์ในการทำท่องเที่ยวเลย บางครั้งเราก็ไปเป็นลูกค้าให้ ไปช่วยเหลือกันแบ่งปันองค์ความรู้ต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนา ทั้งในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าที่มีคุณภาพ แต่ไม่รู้ว่าจะนำไปขายที่ไหน เราจึงช่วยเอาสินค้ามาทำการตลาดให้ เป็นการช่วยเหลือเกื้อหนุนกัน เราไม่ต้องผลิตสินค้าเอง เรามีคนช่วยผลิต และเราช่วยเขาจำหน่าย ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย สามประเด็นนี้เป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญในอนาคตของการพัฒนาการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ในการขับเคลื่อน SE ในการที่จะขับเคลื่อนไปได้ดี และไปได้เร็ว สิ่งที่น่าจะช่วยให้ได้ดี คือ คอนเนคชั่น (Connection) การที่เรามีความสัมพันธ์อันดีกับหลาย ๆ ฝ่าย ในการที่เราจะทำงานอะไร หรือติดขัดในงานไหน เราสามารถที่จะขอความช่วยเหลือ ขอการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีความสามารถในด้านนั้น ๆ มาสนับสนุนให้งานของเราสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ เช่น

มีงานที่จะประกวดชุมชน จะทำอย่างไร เราก็จะมีฝ่ายสนับสนุนที่เป็นนักวิชาการ อาจารย์มหาวิทยาลัย เป็นที่ปรึกษาให้ เรารวบรวมข้อมูลแล้วเข้าไปพบทีมที่ปรึกษา ระดมความคิด วางแผนหาแนวทางในการดำเนินงาน ถ้าประกวดชุมชนงานนี้ ต้องทำอะไรบ้าง ต้องเตรียมความพร้อมอะไรบ้าง เมื่อได้ความคิดเห็นจากทีมที่ปรึกษา เราก็นำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของชุมชน แล้วก็ส่งผลงานเข้าประกวด ซึ่งรางวัลที่ได้มาความสำเร็จส่วนหนึ่งมาจากการสนับสนุนของทีมที่ปรึกษา

### ตอนที่ 3 แนวทางการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร

พันธมิตรในการดำเนินงานช่วยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนของเราดำเนินไปได้ดี เรามีพันธมิตรที่ช่วยสนับสนุนหลายฝ่าย เช่น บริษัทนำเที่ยว เพราะเป็นผู้ที่สนับสนุนให้เรามีนักท่องเที่ยวแต่ต้องเป็นบริษัทที่เข้าใจบริบทของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อที่จะสามารถนำนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวชุมชนเข้ามาท่องเที่ยวในวิถีชุมชน เข้าใจในเรื่องของต้นทุนของชุมชน รับกับราคาแพคเกจที่ทางชุมชนกำหนดได้ ปัจจุบันมี 2-3 บริษัทที่สนับสนุนเรา แต่ในอนาคตถ้ามีถึง 10 บริษัทจะเป็นการดีมาก เราสามารถที่จะดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้โดยที่ไม่ต้องพึ่งพาใคร บริษัทเหล่านี้มีความเชี่ยวชาญในการดูแลลูกค้าที่เป็นลูกค้าต่างประเทศที่มาจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ดัตช์ เป็นต้น ซึ่งจริง ๆ มีหลายบริษัท ที่สนใจติดต่อเข้ามาแต่ไม่ได้ประสบความสำเร็จในข้อตกลงร่วมกัน เช่น แพคเกจทัวร์ของชุมชน ตั้งไว้ที่ราคา 2,500 บาท แต่บริษัทมาต่อรองชุมชนให้ลดเหลือ 1,500 บาท และเอาไปขายในราคา 3,000-4,000 บาท ซึ่งไม่ยุติธรรมกับชุมชน มีหลายบริษัทที่เข้ามาแบบนี้ ลูกค้าหลัก ๆ ของเรา 80% เป็นลูกค้าเก่า ซ้อมซ้ำ ลูกค้าที่ได้รับการบอกต่อจากความประทับใจของลูกค้าที่เคยมาเที่ยว ถ้ามาเชิงรายได้ต้องมาที่นี้ ลูกค้ากลุ่มนี้ไม่ใช่ลูกค้าที่มีความจงรักภักดี แต่ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นเหมือนครอบครัวของเราเป็นคนในครอบครัว มีอะไรก็จะบอกกัน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าคนไทยที่มาจาก ชิคาโก ประเทศอเมริกา ทุกครั้งที่กลับมาประเทศไทย เขาจะเช่ารถขับมาที่นี้ นำของชิ้นเล็ก ๆ ราคาไม่แพง เป็นของขวัญให้กับเด็ก ๆ ในชุมชน ลูกค้าแบบนี้เราต้องมีการให้บริการที่มากกว่าปกติ เราเชื่อว่า การเอาใจใส่ (Attention) ซึ่งมากกว่าการดูแล และเราก็บรรยายละเอียด ความชอบ นิสัยใจคอ สังเกตให้เห็นความชอบ เรียนรู้พฤติกรรม และจดจำให้ได้ เพราะจะทำให้เราสามารถที่จะให้บริการที่ดี ก่อให้เกิดความประทับใจกับลูกค้าได้ ดังนั้นการเรียนรู้ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญมากอีกเรื่องหนึ่ง ส่วนอีก 20% เป็นลูกค้าหน้าใหม่ ลูกค้าจร ทั้งหมดคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการเรา กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชุมชนกำลังให้ความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพสูง คือกลุ่ม MICE เรากำลังทำ MICE เพื่อชุมชน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังทรัพย์ในการจับจ่ายสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงาน ประชุม สัมมนา มีรายจ่าย 2 กระจเป่า หมายถึง กระจเป่าที่ใช้ในการศึกษาดูงาน จะเป็นภาครัฐ หรือองค์กรเป็นผู้ดูแลค่าเดินทางให้ซึ่งนักท่องเที่ยวศึกษาดูงาน ไม่ต้องออกค่าใช้จ่ายใด ๆ ส่วนอีกหนึ่งกระจเป่าเป็นกระจเป่าส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เป็นส่วนที่

นักท่องเที่ยวสามารถใช้จ่ายเลือกซื้อสินค้าชุมชนได้อย่างเต็มที่ เพราะไม่ต้องจ่ายค่าที่พัก อาหาร และ การเดินทาง ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากสำหรับชุมชน แต่ทั้งชุมชน ก็ต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องประชุม จอภาพที่มีขนาดที่เพียงพอ ระบบปรับอากาศ โต๊ะ ระบบเครื่องเสียง ห้องน้ำสาธารณะ ฯลฯ และต้องพัฒนาคุณภาพของคนในชุมชน ต้องเรียนรู้การ เป็นเจ้าบ้านที่ดีจริง ๆ ถ้าเราต้องการขายนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง เราก็ต้องพัฒนาตัวเองให้ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงได้ด้วย ต้องเรียนรู้ว่าเขาต้องการอะไร จะต้องดูแลอย่างไร ต้องต้อนรับ เตรียมอาหารการกินอย่างไร เป็นรายละเอียดที่ต้องเรียนรู้ เพื่อรองรับกลุ่ม MICE ได้เป็น อย่างดี และชุมชนยังมีแนวคิดในการสร้างสรรค์กิจกรรมอีกหลาย ๆ กิจกรรม เช่น การปรุงอาหารบน เรือตอนล่องแม่น้ำโขง และยังมีกิจกรรมอีกมากมายที่ร่วมกันคิดไว้แต่ยังไม่ได้ลงมือทำ โดยเฉพาะการ ท่องเที่ยวทางน้ำ ชุมชนเรามีแม่น้ำโขง เราจะต้องดึงศักยภาพที่เรามีออกมาใช้ให้ได้ประโยชน์สูงสุด โครงการบางโครงการเราทำไม่สำเร็จ จะต้องมีส่วนราชการมาช่วยสนับสนุน เช่น โครงการปลูกต้นไม้ หอมริมแม่น้ำโขงเพื่อให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวในเวลาากลางคืน เรามีโครงการมา 10 ปีแล้ว แต่ก็ยังไม่ สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปเป็นร่าง แต่นำแนวคิดไปเสนót่านนายอำเภอ ท่านนายอำเภอเอา ไปต่อยอดในเส้นทางถนนปกติ ซึ่งถ้าท่านนายอำเภอนำมาทำริมแม่น้ำโขง ก็จะเกิดเส้นทางท่องเที่ยว ใหม่ที่น่าสนใจ และร่วมกับชุมชนให้ชุมชนเป็นผู้ดูแล ก็จะเป็นการบูรณาการร่วมกับระหว่างภาครัฐ และชุมชนอีกด้วย

#### ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างไร

ทุนชุมชนเป็นทุนที่มีอยู่ทุกที่ เพียงแต่เราจะนำมาสร้างให้เกิดมูลค่าด้านการท่องเที่ยว ถ้ามองอีกมุมจะเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรม เช่น การแต่งกายท้องถิ่นที่ไปหาที่ไหนก็ไม่มีใครใส่แล้ว แต่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชน เรานำกลับมาสวมใส่ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นภาพลักษณ์ของชุมชน รวมถึงการแสดงพื้นบ้าน หรือแม้แต่ เรื่องภูมิ ปัญญา เกี่ยวกับสมุนไพร การทอผ้า สิ่งเหล่านี้ก็จะหายไป ไม่มีใครสนใจ

ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือ ที่ทำให้เราต้องดึงทุนชุมชนมาสร้างสรรค์ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว อย่างกิจกรรมล่องเรือ เรือที่นี้เป็นเรือกบ 2 ลำ มาผูกกันทำให้เกิดความ สมดุลล่องแล้วไม่ล่ม นี่คือภูมิปัญญาที่มีอยู่แล้วดึงเดิมนำมาสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ชุมชน ที่นี่เป็นที่ เดียวที่มีเรือแบบนี้ ยังมีเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของชุมชน การเชื่อมโยงกับ ความเชื่อในเรื่องต่าง ๆ เรื่องเล่าของแม่น้ำโขงที่สามารถเล่าได้อีกมากมาย

หัวใจหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือ ทุนสังคม คนในชุมชนจะต้องมีส่วน ร่วม การมีส่วนร่วมจากภายใน การมีส่วนร่วมทั้งชุมชน การมีส่วนร่วมทั้งภายนอก ทุกอย่างเป็นภาคี กัน กล่าวได้ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนทำคนเดียวไม่ได้”

ทุนที่มีอีกที่น่าจะโดดเด่นที่ทำให้บ้านท่าขันทอง ดำเนินการท่องเที่ยวได้อย่างแข็งแกร่ง คือ ทุนมนุษย์ เรามีทั้ง ผู้นำที่มีมุมมองในการพัฒนา มีปราชญ์ชาวบ้านในการเล่าเรื่อง มีเซฟชุมชนที่รังสรรค์อาหารพื้นถิ่นให้เป็นอาหารระดับภัตตาคาร มีเมนูหมวย่างตาปิ่นที่ไม่สามารถมีใครลอกเลียนแบบได้ คนอย่างต่อเนื่องเป็นตาปิ่นคนเดียว รวมถึงปราชญ์ในเรื่องของ ผ้า การแสดงพื้นบ้าน การเกษตร จักสาน เป็นต้น

### ตอนที่ 5 การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

การดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำเป็นที่จะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม โดยเรามองว่าการดำเนินงานที่จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุดคือ การที่เรามอบหมายหน้าที่ที่เหมาะสมตามความถนัดให้กับสมาชิกจะเกิดผลดี ทุกคนจะรับผิดชอบหน้าที่ของตนเองไม่รู้สึกรำคาญหน้าที่ ที่รับผิดชอบเป็นภาระงานที่เพิ่มขึ้น การบริหารงานเรามุ่งเน้นแบบทางราบ ทุกคนสามารถที่จะนำเสนอแนวคิดการทำงาน และมีการบริหารงานร่วมกัน เราเขียนโครงสร้างจากหน้าที่ที่สมาชิกรับผิดชอบอยู่แล้วนำมาปรับให้เป็นในรูปแบบกรรมการ ยกตัวอย่าง คุณลุงถวิล ดูแลเรื่องรถอีต๊อก เราก็ตั้งให้เป็นกรรมการที่ดูแลเรื่องรถอีต๊อก หรือคุณเชียว ที่เป็นเซฟชุมชน เราก็ตั้งให้เป็นกรรมการที่ดูแลเรื่องของอาหารการกิน เป็นต้น

ประสบการณ์จากการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี ทำให้สมาชิกทุกคนรู้หน้าที่ของตนเองทุกอย่างถูกทำตามระบบ อาจจะมีแตกต่างบ้างในแต่ละวัน ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าจะไปเยี่ยมชมไปทำกิจกรรมอะไร แต่สมาชิกทุกคนสามารถที่จะทำงานได้ และสามารถทำงานทดแทนกันได้ โดยเราจะมีกฎกติกาทั้งหมด 18 ข้อที่เป็นข้อตกลงที่ใช้ร่วมกันในชุมชน และมีการอัปเดตให้ทันสมัยอยู่เสมอ เช่น มารับ กลับส่ง คือสิ่งที่คนในชุมชนทำร่วมกันเวลานักท่องเที่ยวมาและกลับ รวมถึงชุดเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน ความสะอาดที่ต้องมีทุกบ้าน รวมถึงเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม สิ่งนี้คือความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนที่ทำร่วมกันเพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เมื่อทำงานมีรายได้จากการท่องเที่ยว หักต้นทุนในการดำเนินการ ค่าแรง ค่าใช้จ่ายต่างที่เกิดขึ้นจากการทำท่องเที่ยว ในส่วนของกำไรจะถูกแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 จำนวน 50% เอาไว้ พัฒนาการ เช่น ซื้อเรือ ค่าน้ำมัน ฯลฯ ส่วนที่ 2 จำนวน 25% เอาไว้ช่วยหมู่บ้าน เวลามีกงานต่าง ๆ และส่วนที่ 3 จำนวน 25 % เอาไว้ใช้เป็นค่าชดเชยงานฉาบฉวยของคนในชุมชน ในส่วนของทุนการศึกษาจะใช้ในเงินออมที่แต่ละครอบครัวเก็บไว้แยกคนละส่วนกัน

การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน เราใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ที่อื่นเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาสภาพแวดล้อมก็จะเสื่อมลงซึ่งเป็นเรื่องปกติ แต่ที่นี้ตรงกันข้าม เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาสภาพแวดล้อมที่นี่จะดีขึ้น ที่นี้เราไม่ได้ใช้กระดาษ เราใช้ผ้าเช็ดมือ เป็นต้น การที่

เราอยู่ในชุมชน และจะทำให้คนในชุมชนมีแนวคิด มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมเหมือนที่เราทำ มันเป็นเรื่องที่ยาก ดังนั้นเราจึงใช้วิธีการทำให้เห็น ทำให้ดู เพื่อให้เกิดการรับรู้ เป็นกลยุทธ์ในการทำให้ทุกคนทำตาม เราสร้างกลุ่มรักบ้านเรา (รักษ์ท่าขันทอง) ทำกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน รักษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และรักษาทุกอย่างที่เป็นท่าขันทอง มุ่งเน้นพัฒนาทั้ง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาความยั่งยืน ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สิ่งที่เราควรเพิ่มเติม คือเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาความยั่งยืนที่สมดุล ต้องไม่คิดถึงแต่ตัวเอง แต่ต้องคิดถึงสังคม ทำเพื่อสังคมด้วย ในด้านของความยั่งยืนในการดำเนินงาน เรื่องที่สำคัญเรื่องแรกคือ การเงิน ถ้าลงมือทำแล้วไม่ได้ผลตอบแทน เพราะฉะนั้นทำอย่างไรก็ได้ที่ทุกคนมีรายได้ และมีเพิ่มขึ้น ๆ โดยรายได้จะถูกแบ่งออก 30% ฝากธนาคารเพื่อเป็นเงินออม และห้ามถอนเป็นเวลา 3 ปี แล้วมาคุยกันว่าใครพร้อมจะลงทุนอะไรกันบ้าง บางคนเก็บเป็นทุนการศึกษา ได้เป็นหมื่นเป็นแสนก็มี ดังนั้นทุกคนจะได้รายได้เพียงส่วนเดียวเพื่อเป็นค่าใช้จ่าย และแบ่งรายได้บางส่วนไปให้กับสาธารณะประโยชน์ด้วย เรื่องที่สอง คือ การกระจายรายได้ ต้องมีการกระจายรายได้ให้ทั่วถึง และเป็นธรรมเท่าเทียมกัน เรื่องที่สาม การถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น ให้คนอื่นเข้ามาร่วม เข้ามารับรู้ร่วมกัน โดยรับรู้ระบบทุกคนจะรู้ระบบ แต่ก็ต้องมีบางคนที่ต้องพาไปรู้จักกับคนอื่น ๆ เพราะเราต้องมี Connection เพราะจากประสบการณ์เรารู้แล้วว่าเราต้องใช้ Connection ในการทำงาน เขาจะต้องไปรู้จัก ไปเรียนรู้ ไปซึมซับความคิดเหล่านั้นมา เพื่อที่จะได้สร้างรูปแบบของตนเองขึ้นมา เป็นการถ่ายทอดสู่ลูกหลาน เรื่องที่สี่ เรื่องสิ่งแวดล้อม ถ้าคุณใช้ทรัพยากรหมดไปทุก ๆ วัน เมื่อหมดจะเกิดความเดือดร้อน จะทำอะไรให้ทรัพยากรคงอยู่ และมีปริมาณเพิ่มขึ้น ดังนั้นกิจกรรมทุกอย่างที่จำเป็นต้องเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างเช่นเรื่องดิน ตอนนี้เรากำลังเปิดอบรม เปิดกิจกรรมให้ทำปุ๋ยอินทรีย์ ทำน้ำหมักจุลินทรีย์ เพื่อเป็นการต่อยอดสิ่งแวดล้อมในเรื่องของดิน และการปลูกต้นไม้ ขยะที่เป็นขวดพลาสติก นำขวดมาเป็นภาชนะในการเพาะกล้าไม้ มาทำเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำ ทำเสร็จก็ให้เป็นของที่ระลึกติดมือกลับบ้านไปด้วย เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมและยังเกิดสายสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกด้วย กิจกรรมในอนาคตทุกกิจกรรมจะมุ่งเน้นในเรื่องของการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งหมด และเพิ่มกิจกรรมที่เป็นจักรยานเพื่อลดการใช้เครื่องยนต์ ตอนนี้ทางกรมโยธาธิการ กำลังดำเนินการเชื่อมโยงเส้นทางริมแม่น้ำโขง ในอนาคตจะมีเส้นทางจักรยานเลียบบแม่น้ำโขง ยาวไปยังอำเภอแม่เงิน ระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร และเพิ่มกิจกรรมปั่นจักรยานไปปลูกต้นไม้ ต้นทางนกยูง ปลูกเรียงกันทั้งเส้นเมื่อเติบโตจะสวยงาม คนจะเห็นภาพและยังได้ทั้งในเรื่องของส่งเสริมการท่องเที่ยว ในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม ได้กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และยังมีกิจกรรมที่รักษาสิ่งแวดล้อม เช่น นำเศษผ้า มาเย็บเป็นที่ใส่ช้อนส้อม ก็เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวได้



ของที่ระลึกกลับบ้านที่มาจากผ้า ชุมชนมีแผนในอนาคตที่จะทำให้ชุมชนเราเป็น Low Carbon Destination เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่มีทั้งคุณภาพสิ่งแวดล้อม คุณภาพชุมชนในการบริการจัดการที่ดีต่อไป

**ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4** ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนให้มียุทธศาสตร์ความรู้ ให้แนวคิด และลงมือพัฒนาร่วมกันกับชุมชน เป็นผู้ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีศักยภาพ

#### **ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก**

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 ดำรงตำแหน่ง Founder บริษัท โลเคิล อโลค จำกัด บริษัทที่ดำเนินกิจการโดยยึดแนวคิด Social Enterprise หรือ SE ในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจ เป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับว่าเป็น Start Up ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย

#### **ตอนที่ 2 จุดเริ่มต้นของการทำท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม**

จากประสบการณ์จากการทำงานทำให้เราเชื่อในโมเดลที่เราเชื่อ จากที่เคยร่วมงานกับบริษัทที่แสวงหาผลกำไรสูงสุด ทั้ง NGO non profit ที่ไม่แสวงหาผลกำไร และเรียนรู้มาในกับ Social Enterprise หรือ SE ซึ่งจากประสบการณ์ที่ผ่านมา SE ตอบโจทย์ของเรามากที่สุด เป็นโมเดลที่ไม่เอาัดเอาเปรียบใคร ไม่ได้อยู่กับปัญหา หรือทำให้ปัญหาคงอยู่เพื่อเรียกขอรับเงินบริจาค แต่ในมุมมองของ SE คือการแก้ปัญหาเหมือน NGO ที่ต้องการให้ปัญหาหมดไป แต่ก็มีประสบการณ์หลาย ๆ ด้านที่ไม่ค่อยดีมากนัก เช่น ทำงาน NGO กับค่ายผู้ลี้ภัยที่จะต้องเคลื่อนย้ายผู้ลี้ภัยกลับประเทศ แต่ก็มีเสียงแย้งมาว่าทำไมไม่ได้เพราะถ้าทำแล้วพวกเขาจะไม่มีงานทำไม่มีรายได้ หรือครั้งที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม ปล่อยน้ำเสียสู่สาธารณะ โดยไม่สนใจอะไร สนใจแต่กำไรผลประโยชน์ของโรงงานเท่านั้น สิ่งเหล่านี้จึงทำให้เรามองเห็นและคิดได้ว่า SE เป็นโมเดลที่ตอบโจทย์เราอย่างแท้จริง

สิ่งที่ โลเคิล อโลค ทำคือ เราเป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ เอาหลักการของ SE มาเป็นแนวทางในการทำงานกับชุมชน โดยที่เราเข้าไปช่วยพัฒนาชุมชนให้มีแนวทางในการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนเรามองว่าปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน ไม่ว่าจะจะเป็นชุมชนที่ถูกพัฒนามาก่อน หรือชุมชนที่ทำการท่องเที่ยวแล้วไม่ถูกฝึกฝน หรือให้แนวทางในการดำเนินงานตามสมควรจะเป็น ถูกเอาัดเอาเปรียบ ถูกมองเป็นผู้ใช้แรงงานแทนที่จะมองว่าชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรในชุมชน เราจึงมองหาว่าอะไรเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา อะไรที่เป็นหนทางที่จะทำให้ปัญหาหมดไป และพบว่าโมเดล SE เป็นโมเดลที่ช่วยแก้ปัญหา ความไม่เป็นธรรมในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ การท่องเที่ยวโดย

ชุมชนเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คนสามารถรวมกลุ่มกัน ทำงานร่วมกัน เพื่อเพิ่มความสามารถในการ ต่อรองกับผู้ที่มาแสวงหาผลประโยชน์กับชุมชน จากนั้นเราก็ร่วมกับชุมชนเป็นคู่ค้าที่ดีกับชุมชนในการ ขายรายการนำเที่ยวชุมชน เป็นแนวทางในการสร้างรายได้ให้กับ โลเคิล อโกลค์ เราขายรายการนำ เที่ยวชุมชนที่มีความเป็นธรรมกับชุมชน ไม่เอาเปรียบชุมชน ราคาขายรายการนำเที่ยวจะต้องได้ราคา ที่สมเหตุสมผลเป็นธรรมทั้งกับชุมชนและโลเคิล อโกลค์เองด้วย และมองต่อว่ากำไรที่ได้ไม่ใช่กำไรที่สูงสุด กำไรที่ได้เราเอากลับไปแก้ปัญหาก็ชุมชนต่อ ซึ่งก็มาจากแนวคิด SE และในภาพที่ทุกคนมอง โลเคิล อโกลค์ ว่าเราเป็นทั้ง Start Up เพราะเรามี Platform ของเราเอง ว่าเราเป็น SE เพราะเราแก้ปัญหา การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มองว่าเราเป็น SMEs เพราะเรามีพนักงาน 30-40 คนและมีรายได้ที่มากกว่า SE ทั่วไป ในปัจจุบันที่เป็นบริษัทในรุ่น ๆ เดียวกัน อันนี้ก็แล้วแต่คนจะมอง แต่เรายึดหลักในการใช้ ธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับชุมชน ให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นี่คือจุดยืนของ โลเคิล อโกลค์

### ตอนที่ 3 แนวทางการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร

กลไกในการดำเนินงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดี ในแนวคิดของเราความต้องการ ทุกอย่างจะต้องเกิดจากชุมชน ชุมชนจะต้องเกิดความอยาก เราเริ่มจากการหาความอยากของชุมชน และถ้าความอยากนั้นคือ การท่องเที่ยว การหารายได้จากการท่องเที่ยว ก็จะตรงกับแนวคิดการ ทำงานของเรา แต่ความอยากที่เกิดขึ้นต้องมีการฝึกฝนร่วมกัน มีการทำงานร่วมกันของชุมชนก่อนที่จะ มีรายได้ ไม่ใช่อยากแล้วจะต้องมีรายได้เลย ไม่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ใด ๆ ซึ่งก็ไม่ถูกหลักการ และเมื่อทำแล้วมีรายได้แล้ว ก็ต้องเอารายได้ส่วนหนึ่งกลับมาพัฒนาชุมชน พัฒนาป่าไม้ พัฒนาขยะ พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่อยู่ร่วมกัน ถ้าเข้าใจและสามารถทำตามแนวทางนี้ได้ ก็จะ สามารถทำงานร่วมกับ โลเคิล อโกลค์ ได้

ในการพัฒนาชุมชนมีหน่วยงานราชการ บริษัทต่างๆ มาจ้างให้ โลเคิล อโกลค์ ไปพัฒนา ชุมชนให้เป็น Corporate CSR ของ ปตท., SCG, AirAsia, ตลาดหลักทรัพย์, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กรมการท่องเที่ยว, กรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น หน่วยงานเหล่านี้เป็นลูกค้าของ โลเคิล อโกลค์ ทั้งสิ้น ดังนั้นเมื่อเรารับโจทย์มาอยากให้เราไปพัฒนาชุมชนใด เราจะลงไปพูดคุยกับชุมชน ก่อนว่าชุมชนมีแนวคิดอย่างไร มีความอยาก มีความต้องการที่จะทำการท่องเที่ยวหรือไม่ มีการอยาก ได้รายได้จากการท่องเที่ยวหรือไม่ ถ้าไม่มีเราก็จะกลับมาแจ้งลูกค้าว่าชุมชนไม่มีความต้องการที่จะทำ เราเองก็จะไม่บังคับให้ชุมชนต้องทำเช่นกัน แต่ถ้าชุมชนมีความต้องการ เราก็จะดูความเหมาะสม วิเคราะห์ความเป็นไปได้ หลังจากนั้นก็จะลงไปพัฒนาโดยระยะเวลาในการพัฒนาขั้นต่ำอยู่ที่ 3 เดือน ทางโลเคิล อโกลค์ จะลงพื้นที่ไปคลุกคลีไปช่วยพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอนในการดำเนินงาน เราเริ่มจากการสำรวจชุมชนก่อนว่าชุมชนอยากทำการ ท่องเที่ยวจริงหรือไม่ ถ้าเขาอยากทำ ก็จะจับคู่กับประสบการณ์ของ โลเคิล อโกลค์ เข้ากับเกณฑ์ที่ทาง

โลเคิล อโลคได้พัฒนาขึ้นจากประสบการณ์ในการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งจากหมู่บ้านหลอโยว ชุมชนคลองเตย และนำเกณฑ์ที่ได้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยพิจารณาเห็นชอบ และได้นำเกณฑ์มาพิจารณาใช้กับชุมชนว่าชุมชนเข้าเกณฑ์ในการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือไม่ ทำได้จริงหรือไม่ เราจะไม่ให้ความหวังกับชุมชนว่าทำได้ แต่ถึงเวลาจริง ๆ ทำไม่ได้ ก็จะส่งผลเสียตามมา หลังจากที่ได้ศึกษาความต้องการ และพิจารณาเกณฑ์ต่าง ๆ เมื่อชุมชนมีความพร้อม เราก็จะมาพูดคุยกันถึงประสบการณ์ของชุมชน และดูว่าชุมชนมีศักยภาพที่โดดเด่นด้านใด เช่น ชุมชนมีทรัพยากรที่ดี แต่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน ก็จะใช้ชุดองค์ความรู้ชุดหนึ่ง แต่ถ้าชุมชนมีประสบการณ์มาแล้ว ผ่านการเรียนรู้ ผ่านการทำท่องเที่ยว ผ่าน NGO หรือหน่วยงานมหาวิทยาลัย เราก็จะต้องใช้ชุดองค์ความรู้อีกชุดหนึ่ง หรือถ้าเป็นชุมชนที่พัฒนามาดีแล้ว เราก็จะใช้องค์ความรู้ในเรื่องของการขาย และการตลาดเข้าไปช่วยชุมชน

อีกเรื่องที่เราไม่สามารถก้าวข้ามผ่านไปได้ คือ ถ้าชุมชนไม่มีส่วนร่วม ไม่ให้ความร่วมมือในการที่จะพัฒนา เป็นข้อแรกกับทางโลเคิล อโลค มองในการที่จะเข้าไปพัฒนาชุมชน ในเรื่องของการท่องเที่ยวหรือเรื่องอื่น ๆ ความเห็นในชุมชนต้องได้รับความเห็นชอบ ในบางครั้งเราคิดว่ามีความเป็นไปได้ แต่ทำไมขับเคลื่อนไม่ได้ ทำให้ต้องมาศึกษาหาสาเหตุ ว่าเพราะอะไรถึงไม่ยอมทำ ไม่ยอมมีส่วนร่วม สาเหตุอาจจะมาจาก ผู้นำที่ไม่มีความฉลาด หรือชุมชนมีความแตกต่างด้านความคิด หรือมีความขัดแย้งกันในชุมชน เหล่านี้เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการไม่มีส่วนร่วมทั้งสิ้น เราจะต้องหาสาเหตุ และลองเข้าไปช่วยเหลือแก้ไขปัญหา บางชุมชนเกิดความขัดแย้งระหว่างทาง พอมีรายได้ มีเงินเข้ามา ก็จะมีเรื่องขัดแย้งเกิดขึ้น หรือคนในชุมชนที่เป็นรุ่นแรก กับรุ่นที่สองที่เพิ่งย้ายกลับมาบ้าน มีความคิดเห็นไม่ตรงกันบางหมู่บ้านทำแล้วรายได้ไม่โปร่งใส ก็เกิดการทะเลาะกัน ซึ่งปัญหาจะมีหลากหลายรูปแบบ มุมมองของ โลเคิล อโลคเองมองว่าการใช้ SE จะสามารถแก้ไขปัญหาความไม่โปร่งใส แก้ปัญหาเรื่องการเงินได้ และยังแก้ไขเรื่องทรัพยากรบุคคลได้

ในการดำเนินงานในแต่ละครั้งเมื่อก่อนเราใช้เวลาในการพัฒนาชุมชนยาวนานเป็นปี แต่พอเรามีประสบการณ์มากขึ้น เรามีกระบวนการทำงานที่กระชับชัดเจน ปัจจุบันเราใช้เวลาในการพัฒนาชุมชนแต่ละชุมชนประมาณ 3-4 เดือน แต่ส่วนใหญ่เราจะใช้รูปแบบกระบวนการ Co-creation ในการดำเนินงาน โดย Workshop ที่ทำเน้นการร่วมคิดร่วมกันสร้าง โดยใช้แนวคิดพื้นฐานที่ชุมชนมีมาต่อยอด เช่น เชิญคณะกรรมการชุมชนมาพูดคุยว่า อยากได้เส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางไหน อยากได้นักท่องเที่ยวกลุ่มไหน ก็จะมาร่วมพูดคุย ออกแบบร่วมกัน มีการยกตัวอย่างให้เห็นว่าหมู่บ้านนั้นมีการทำการท่องเที่ยวในรูปแบบใด แล้วหมู่บ้านเรามีอะไรที่น่าจะนำเสนอในเรื่องของการท่องเที่ยวได้บ้าง เป็นการ Learning by doing และเสริมเติมแต่งด้วยแนวคิด ประสบการณ์ที่โลเคิล อโลคมีเพื่อให้รูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชุมชนต้องการสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว เราจะเริ่มจากชวนชุมชนให้จัดตั้ง คณะกรรมการท่องเที่ยวก่อน ซึ่งหลายคนอาจจะยังไม่รู้ว่าต้องทำอะไร เริ่มที่จะเรียนรู้ฝึกฝน เบื้องต้น พอมีรายได้ระดับหนึ่ง ก็พัฒนาเป็นชมรม พอแข็งแรงขึ้นก็พัฒนาต่อเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่ง การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเราไม่ได้ชวนให้ชุมชนไปจัดตั้ง ชุมชนเลือกที่จะทำเอง เพราะเขาก็จะได้รับ การสนับสนุนจากภาครัฐ จากการทำงานที่ผ่านมา สิ่งที่พบคือ การเป็นวิสาหกิจชุมชน เด็ก ๆ รุ่นใหม่ จะเข้าไปทำงาน และมีส่วนร่วมด้วยเป็นเรื่องยาก เพราะชุมชนเองไม่ได้มีการวางแผนระยะยาว มอง แค่ว่าจะทะเบียนแล้วจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเท่านั้น ชุมชนไม่ได้มองต่อว่าเขาจะต้องทำ อะไร จะทำให้ธุรกิจของเขาให้อยู่รอดได้อย่างไร ในบางชุมชนคนรุ่นใหม่ที่กำลังเข้ามาเป็นผู้บริหาร คน กลุ่มนี้มีความคิดในการทำธุรกิจไม่ยอมที่จะยอมใจแพ้ รอการสนับสนุนจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว อยากจะเริ่มทำเองหารายได้เข้ามาเอง ซึ่งถ้าชุมชนให้คนรุ่นใหม่มาบริหารจัดการ ก็จะก้าวกระโดดได้ เร็วกว่าชุมชนอื่น ๆ ทั้งนี้ ยังมีในเรื่องของทักษะ โลเคิล อีโกล์เองได้เข้าไปแชร์ประสบการณ์ที่ผ่านมา ในอดีตในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มีการเน้นทักษะในแต่ละด้านมากขึ้น จะพัฒนา ออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์อย่างไร จะมีการดูแลการเงินอย่างไร ในรูปแบบของการบริหารจัดการที่ เป็น SE ซึ่งก็จะเพิ่มเติมมากกว่าการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั่วไปที่มองแค่ผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งพอใช้ SE เข้ามา เราก็จะต้องมีมองในเชิงการบริหารจัดการ เรื่องธุรกิจมากขึ้น และต้องยอมรับว่า ชุมชนไหนที่มีคนรุ่นใหม่จะไปได้ไวมากกว่า ยกตัวอย่าง งานขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ที่จังหวัดเลย และจังหวัดชลบุรี สองที่นี้ เห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจน ที่จังหวัดเลย มีคนรุ่นใหม่ที่พ่อแม่ ผู้ใหญ่คุณลุงคุณป้าสนับสนุนให้ ทำตอนนั้นเขาก็ก้าวไปถึงขั้นระดมทุน แต่ที่ชลบุรี ยังสับสนอยู่เพราะเขาโตมาจากการขายทัวร์ แต่พอ จะต้องปรับมาเป็นการทำธุรกิจ กลุ่มผู้ใหญ่ในวัย 40-50 ปี ซึ่งอาจจะมองว่าเขาไม่ได้เหมาะกับ SE แต่ เขาอาจจะเหมาะกับความเป็นชุมชนแบบเดิม พอมีรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจเข้ามาอาจจะเกิน ข้อจำกัดของเขา เขาอาจจะเหมาะกับการดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนก็ได้

จากจุดเริ่มต้นถึงปัจจุบัน จุดยืนตลอดเวลาการทำงานของโลเคิล อีโกล์ คือ การพัฒนา ทำให้ชุมชนมีพลังในการลุกขึ้นมาทำงานร่วมกัน แต่พอดำเนินงานพัฒนาหลายสิบชุมชน พบว่า ถ้า พัฒนาแล้วขายไม่ได้ สร้างรายได้ไม่ได้ ก็เท่านั้น จึงเป็นจุดเริ่มของการทำทัวร์ท่องเที่ยวชุมชน ทำ การตลาดให้ชุมชน เราเอาโปรแกรมท่องเที่ยวไปฝากขายกับบริษัททัวร์ แล้วมันไม่เกิดยอด เราจึงต้อง มีทีมงานในการดำเนินงานในเรื่องการตลาดและการขายที่แข็งแรงในช่วง 3-4 ปีหลัง ๆ นี้ ที่ทำหน้าที่ ขายทัวร์ชุมชนให้ชุมชน แต่พอขายได้ในระดับหนึ่งชุมชนก็เกิดข้อจำกัดบางอย่างของชุมชน ทำให้โล เคิล อีโกล์ มีแนวคิดที่จะปรับตัวเองเป็นนักลงทุนชุมชนเพื่อทำให้โฮมสเตย์ของชุมชนดีขึ้นเพื่อให้สิ่ง อำนาจความสะดวกต่าง ๆ ในหมู่บ้านดีขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางในอนาคต และส่งผลให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงจากวิสาหกิจเพื่อชุมชน เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อไป เมื่อชุมชนสามารถที่จะเปลี่ยนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม โลเคิล อโลค ก็สามารที่จะไปร่วมลงทุนกับชุมชนได้

การพัฒนายกระดับวิสาหกิจชุมชนตนเองเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นงานที่ โลเคิล อโลค ได้ร่วมมือกับอพท. พัฒนาชุมชนต้นแบบ 2 ชุมชนเพื่อยกระดับให้เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งผลของงานนี้เราจะเห็นได้เลยว่าชุมชนไหนสามารถที่จะไปต่อได้ ขึ้นเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมแล้ว จะต้องมีความเก่งอย่างไร ส่วนอีกงานหนึ่งเป็นงานที่ โลเคิล อโลค ทำร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส. เป็นการพัฒนาระดับตำบลที่เราต้องเริ่มจากการพัฒนาเกณฑ์ก่อน โดยเรามีการหารือร่วมกับ สสส. ว่า ตอนนี้ โลเคิล อโลค พัฒนามาถึงการทำการตลาด การขายแล้ว แต่ชุมชนไม่สามารถไปต่อได้ เพราะชุมชนมีข้อจำกัด ซึ่งชุมชนต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ดี สสส. เห็นด้วยกับแนวคิดนี้ และคิดว่าการพัฒนาของโลเคิล อโลคจะเป็นประโยชน์สำหรับประเทศไทย ในอนาคต จึงได้ร่วมกันพัฒนาชุมชนโดยให้นำแนวคิดกิจการเพื่อสังคมเป็น หรือ SE ตามแนวทางของ โลเคิล อโลค มาเป็นแนวทางให้กับชุมชน เพื่อให้ชุมชนเป็น SE ให้ได้ ทำให้ต้องมีการพัฒนาเกณฑ์ขึ้นมาอีก 1 ชุด ซึ่งเกณฑ์ชุดนี้ มาจากประสบการณ์ที่โลเคิล อโลค เคยพัฒนามาแล้วนำมาร่วมกับ เกณฑ์ที่เป็นเรื่องของการบริหารจัดการโดยด้านการจัดการเราก็ไปดูว่า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมมีเกณฑ์อะไรบ้าง เราก็นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์ ดังนั้นชุมชนที่จะก้าวข้ามจากวิสาหกิจชุมชน จากกลุ่ม ชมรม หรือที่รวมตัวกัน ก้าวข้ามมาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม เราจะมองเรื่ององค์ประกอบด้านธุรกิจมากขึ้น เขาจะต้องมีความสามารถในการจัดการ ทักษะในการบริการธุรกิจของเขาเป็นอย่างไร และทรัพยากร บุคลากรของเขามีกำลังในการขับเคลื่อนมากน้อยเท่าไร มีแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจหรือไม่ เหล่านี้ก็จะเป็นส่วนที่เพิ่มเติมขึ้นมา ซึ่งในปัจจุบันที่ดำเนินการอยู่ก็อยู่ในระดับที่พูดคุยกับนักลงทุนที่จะมาร่วมลงทุนกับชุมชน ทำให้เห็นว่ามีความเป็นไปได้อย่างมากในการที่ชุมชนจะก้าวข้ามมาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

#### ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างไร

เรามองทุนชุมชนในมุมที่ว่า ถ้าชุมชนมีทุนเหล่านี้ถือว่าเป็นข้อได้เปรียบ ถ้ามีก็จะทำให้สามารถดำเนินงานได้ไว เพราะไม่ได้เริ่มจากศูนย์ เช่น ชุมชนที่มีทุนธรรมชาติ ทุนวัฒนธรรม ก็จะมีข้อได้เปรียบกว่าชุมชนอื่น สามารถที่จะหาอัตลักษณ์ได้ง่าย ยิ่งถ้ามีทุนทางสังคมที่ดี ยิ่งจะขับเคลื่อนได้เร็วจากประสบการณ์ทุนที่สำคัญที่สุด คือ ทุนมนุษย์ ยกตัวอย่าง คลองเตย เกิดจากความต้องการของคนในชุมชนเขาอยากทำ อยากพัฒนา เขาอยากพิสูจน์ให้คนเห็นว่าเขาก็ทำท่องเที่ยวได้ อยากจะสื่อสารภาพด้านดีที่ไม่ใช่คนในคลองเตยสร้างปัญหาตลอดเวลา แต่ทุนธรรมชาติ ทรัพยากรต่าง ๆ ไม่มีเลย แต่เขาก็มองหาและเลือกที่จะพลิกให้เป็นทุนของคลองเตยเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ เพื่อทำการที่จะสื่อสารจุดเด่นของคลองเตยออกไป และสิ่งที่เป็นจุดเด่นสามารถสร้างความประทับใจให้กับ

นักท่องเที่ยวของคลองเตยคือ คนในชุมชน ทูมนุชย์จึงเป็นทุนที่ขับเคลื่อนธุรกิจ การดำเนินงาน พัฒนาในมุมต่าง ๆ ให้เห็นภาพชัดเจน ทุนอื่น ๆ ก็จะเป็นองค์ประกอบ ช่วยเสริมให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

### ตอนที่ 5 การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

จากประสบการณ์ในการทำงานกับชุมชนที่ผ่านมา ชุมชนมีมุมมองความยั่งยืนที่ไม่เหมือนกัน ชุมชนเขาไม่ได้มองไกลขนาดนั้น บางคนอาจจะแค่เป็นเจ้าของที่ และอยากพิสูจน์ให้ลูก ๆ เห็นเพื่อที่จะไม่ต้องไปอยู่กับลูก ๆ ที่ในเมือง เขาก็สามารถทำมาหากินได้ บางกลุ่มอาจจะทำท่องเที่ยวมาเพื่อต่อสู้กับอำนาจมืดอะไรบางอย่างที่ชุมชนเขาพบเจอมา หรือคุณป่าเกษียณแล้วอยากมีรายได้จะได้ไม่ต้องเป็นภาระของใคร ทำให้เห็นว่าคำว่า ความยั่งยืน มันไกลไปสำหรับชุมชน

ในเมื่อความยั่งยืนมันไกลไป ในมุมของโลเคิล อโลค คิดว่า การทำให้สมดุลน่าจะเป็นสิ่งที่ง่ายกับชุมชนมากกว่า เอาเศรษฐกิจ คน สังคม และสิ่งแวดล้อม มาสร้างให้ชุมชนเกิดความสมดุล จากสิ่งที่เขามีความสุข สุดท้ายอาจจะเกิดความยั่งยืนขึ้นมาโดยที่ชุมชนไม่รู้ตัวด้วยซ้ำ ถ้าชุมชนทำท่องเที่ยว 10 ปีแล้วชุมชนเลิกทำ แต่ใน 10 ปีที่เขาทำ มันมีความสุข ชุมชนมีความสุข สุดท้ายอาจจะยั่งยืนก็เป็นได้ แต่ถ้ามองความยั่งยืนในระยะยาวต่อเนื่อง หรือตลอดไปอาจจะเป็นไปได้ ชุมชนอาจจะเจอจุดสมดุลของชุมชนแล้ว การที่ชุมชนไม่ขยาย ไม่เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ไม่ได้หมายความว่าชุมชนไม่ยั่งยืน ชุมชนอาจจะพอใจในความสมดุลตรงนั้น โลเคิล อโลคเองก็พยายามที่จะไปให้ถึงจุดนั้นซึ่งมันก็ยากมาก แค่ทำให้ชุมชนมีเศรษฐกิจดีขึ้นก็ยากพอแล้ว ชุมชนยังห่างไกลมิติของความยั่งยืน ความสมดุลน่าจะเป็นคำตอบที่เป็นไปได้มากที่สุดในระดับชุมชน

การก้าวข้ามผ่านจากวิสาหกิจเพื่อชุมชนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม 1) ชุมชนจะต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องของการทำธุรกิจ เข้าใจระบบนิเวศของการทำธุรกิจ แปลว่าชุมชนต้องมีทักษะที่หลากหลายมากขึ้น มีวิสัยทัศน์ที่มากขึ้น 2) ชุมชนต้องมีทรัพยากรบุคคลที่แข็งแกร่ง เพื่อพร้อมในการพัฒนา 3) จะต้องมีทุนในการดำเนินงาน การเป็นวิสาหกิจชุมชนจะทำให้ชุมชนระดมทุนได้ง่ายขึ้น 4) ผู้นำแถว 2 คือ คนที่มีความรู้ความสามารถ มีองค์ความรู้ติดตัวมาเป็นคนรุ่นใหม่กลับบ้าน มาทำงาน มาพัฒนาชุมชนที่ตนเองอยู่ ผู้นำแถว 2 มีแนวคิดที่ต่างจากผู้นำที่เป็นคนรุ่นเก่า เพราะคนรุ่นใหม่จะมองรอบด้าน และมีแนวคิดธุรกิจที่ต่างไป 5) ชุมชนต้องมีเป้าหมายทางสังคม หรือสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่จะเป็น SE ชุมชนจะต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนในเรื่องสังคม หรือสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน ซึ่งต่างจากวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ ที่ถูกสร้างมาเพื่อขายของแล้วแบ่งประโยชน์ให้กับผู้ถือหุ้น แต่ SE จะทำให้ชุมชนมีเป้าหมายว่าจะเงินไปทำอะไร และ 6) องค์ประกอบอื่น ๆ อาทิ ทุนชุมชน ผลิตภัณฑ์ บริการ เพราะเมื่อเป็น SE แล้วจะต้องรวมทุกผลิตภัณฑ์ ที่มีเข้ามา

อยู่รวมกัน เพื่อให้มีสินค้าและบริการที่หลากหลายมากขึ้น จะไม่ใช่เพียงแค่วิสาหกิจท่องเที่ยว แต่จะเป็นการร่วมทุกอย่างมาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น วิสาหกิจชุมชนกล้วยตาก พอเป็น SE เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมกล้วยตาก เขาก็จะต้องทำกล้วยตากที่หลากหลาย ไม่ใช่แค่กล้วยตาก อาจจะต้องมี กล้วยเชื่อม หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากกล้วย เหล่านี้แปลว่าชุมชนต้องมีองค์ความรู้ที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้ชุมชนพัฒนาตนเอง หลุดออกจากกรอบเดิม ๆ ที่เป็นอยู่ สร้างรายได้ให้กับชุมชนเอง

การศึกษาในขั้นตอนที่ 1.2 เป็นการรวบรวมข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1.1 ศึกษาสถานการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทยแล้วนำมาสังเคราะห์เพื่อให้ได้สถานการณ์ และทิศทาง กลยุทธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อนำมาข้อมูลในการหาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคม โดยการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชนผู้เกี่ยวข้องในการกำหนดทิศทาง และขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยได้กำหนดแนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดแบ่งออกเป็น 4 ข้อ ดังนี้

1. แนวคิดการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ชุมชนควรมีแนวคิดอย่างไร
2. แนวทางในการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกท่านคิดว่าชุมชนจะต้องปฏิบัติอย่างไร
3. แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนในมุมมองของท่านเป็นอย่างไร
4. ในมุมมองของนักวิชาการและผู้นำชุมชนท่านมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แนวทางกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน สรุปผลได้ดังนี้

**ข้อที่ 1 แนวคิดการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ชุมชนควรมีแนวคิดอย่างไร**

ผลการสนทนากลุ่มพบว่า ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 มีความเห็นว่า เรื่องที่ต้องให้ความสำคัญที่จะเป็นการกำหนดแนวทาง ผู้นำชุมชนจำเป็นที่จะต้องเป็นผู้นำที่มีแนวคิดในการพัฒนา มีความรู้ความเข้าใจที่ทันยุคทันสมัย มีวิสัยทัศน์ มีแนวคิดในการบริหารจัดการ และสามารถเชื่อมโยง

เครือข่ายเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาาร่วมกัน ทั้งยังต้องดำเนินงานเพื่อเป็นต้นแบบให้คนในชุมชนได้เห็นและเข้าใจ เป็นแนวทางในการสร้างการมีส่วนร่วมได้ดี เมื่อคนในชุมชนเห็นว่าทำแล้วได้ประโยชน์ ก็จะให้ความสนใจ และขอเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 3 และ 4 มีความเห็นตรงกันว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะพัฒนาไปได้ดี ต้องเกิดจากความต้องการของชุมชน ชุมชนต้องอยากที่จะทำ อยากที่จะพัฒนาความเป็นอยู่ของตนเอง อยากมีรายได้เพิ่ม เมื่อมีความอยากชุมชนก็มีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติม เมื่อชุมชนรู้จักที่จะใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนส่งผลให้ชุมชนมีรายได้ ความเป็นอยู่ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะช่วยให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในชุมชน เมื่อชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว จะเกิดการซื้อขายขึ้นในชุมชน จะอยู่กันแบบเกื้อกูลกัน เอื้ออาทรกัน และทำให้ชุมชนเกิดแนวคิดที่จะพัฒนาชุมชนของตน อนุรักษ์ดูแลรักษาทรัพยากรของชุมชน และแบ่งปันกันภายในชุมชน และนอกชุมชนเมื่อเกินความจำเป็น

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 และ 5 มีความเห็นเห็นว่า ชุมชนควรมีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ของชุมชน และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อาทิ วัฒนธรรม ประเพณี การละเล่น อาหาร การแต่งกาย วิถีชีวิตความเป็นอยู่องค์ความรู้ในเรื่องของสมุนไพร ยารักษาโรค ฯลฯ เพื่อให้คนรุ่นหลังได้สืบทอด และสามารถนำไปเผยแพร่ต่อไป อีกทั้งคนในชุมชนจะต้องรู้จักการบริหารทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ต้องรู้จักที่จะวางแผน และทดแทน ในสิ่งที่ใช้แล้วหมดไป เพื่อให้ทรัพยากรที่ใช้ในการท่องเที่ยวยังคงอยู่ และสืบทอดคงอยู่ไปยังคนรุ่นต่อ ๆ ไป

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3, 8, 9 มีความเห็นตรงกันว่า ชุมชนควรต้องมีแนวคิดของการแบ่งปัน ชุมชนจะต้องเข้าใจบริบทในการดำเนินงาน และเข้าใจจุดยืนของชุมชนที่จะมุ่งเน้นความยั่งยืนทางด้านสังคม การใช้แนวคิดกิจการเพื่อสังคม หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการแบ่งปัน ชุมชนจำเป็นต้องเข้าใจหลักคิดนี้ ไม่เช่นนั้นก็จะส่งผลให้เกิดความขัดแย้งกันได้ การจะเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ควรเริ่มจากระดับจังหวัด จะดำเนินงานได้ง่ายกว่าระดับชุมชน เพราะระดับจังหวัดจะเลือกเอาผู้นำชุมชนมาเป็นตัวแทน เป็นการเริ่มต้นในการสร้างต้นแบบที่ดีให้กับชุมชนได้เห็นและเข้าใจ

## **ข้อที่ 2 แนวทางในการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกท่านคิดว่าชุมชนจะต้องปฏิบัติอย่างไร**

ผลการสนทนากลุ่มพบว่า ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 3 และ 7 มีความเห็นตรงกันว่า การทำธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงมาก เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการแข่งขัน ชุมชนจะต้องปรับตัวเรียนรู้ในหลาย ๆ มิติ ทั้ง เทคโนโลยี การสื่อสาร การจัดการ การตลาด ให้มากขึ้น อาจจะมีคนรุ่นใหม่มาช่วย เพราะ มุมมองการทำธุรกิจ ของคนรุ่นเก่า กับคนรุ่นใหม่มีความแตกต่างกัน ความทันสมัย



สมัยของคนรุ่นใหม่ถือเป็นเรื่องจำเป็น ทั้งยังมีแนวคิดในเรื่องการแก้ไขปัญหาโดยใช้นวัตกรรมที่สามารถนำกลับมาปรับใช้กับชุมชนได้ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

เครือข่ายของชุมชนเป็นกลไกหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทั้งเครือข่ายที่เป็นทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมถึงชุมชนด้วยตนเอง การขับเคลื่อนด้วยตัวเองเพียงลำพังจะเห็นผลช้า แต่ถ้าขับเคลื่อนทั้งเครือข่ายจะก้าวไปได้เร็ว และมีประสิทธิภาพ มีอำนาจในการต่อรองที่สูงกว่า ทั้งยังสามารถที่จะสร้างแนวทางการพัฒนาร่วมกันให้เห็นเป็นรูปธรรมได้เร็วกว่า

### **ข้อที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนในมุมมองของท่านเป็นอย่างไร มีรายละเอียดดังนี้**

ผลการสนทนากลุ่มพบว่า ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8, 10 และ 11 มีความเห็นตรงกันว่า ทุนชุมชนเป็นแหล่งทรัพยากรในชุมชน ชุมชนจำเป็นที่จะต้องค้นหา ทุนชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ เพื่อนำมาต่อยอด เพื่อให้เกิดเป็นจุดเด่นของชุมชน สามารถช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ถือเป็นข้อได้เปรียบ เพราะชุมชนแต่ละชุมชนมีทุนที่ต่างกัน ดังนั้นถ้าชุมชนไหนมีทุนด้านไหนที่มีความโดดเด่น ก็สามารถที่จะหยิบมาเป็นเครื่องมือในการทำการท่องเที่ยวได้ แต่ก่อนจะนำทุนชุมชนมาใช้ชุมชนจำเป็นต้องมีความรู้ที่ ทุนชุมชน คืออะไร แล้วจะทำอย่างไรกับทุนชุมชนที่มีในการนำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ และต้องเห็นถึงคุณค่าของทุนชุมชนที่มี และนำไปต่อยอดในการเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ชุมชนต้องบริหารจัดการทุนชุมชนที่มี จะต้องรู้จักใช้อย่างมีคุณค่า และจะต้องมีช่วงเวลาในการใช้ทรัพยากร เช่น ทุนธรรมชาติ จะต้องมีการใช้อย่างเหมาะสม ต้องมีช่วงเวลาให้ธรรมชาติได้พักฟื้น คืนสภาพด้วย ไม่เช่นนั้น ธรรมชาติที่มี ก็จะเสื่อมถอย และหมดไปในที่สุด

### **ข้อที่ 4 ในมุมมองของนักวิชาการและผู้นำชุมชนท่านมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง**

ผลการสนทนากลุ่มพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสรุปเป็นด้าน ได้ดังนี้

ความต้องการของชุมชน ชุมชนจะต้องรู้ความต้องการของตนเอง ต้องเข้าใจวัตถุประสงค์ของการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อชุมชนมีความอยาก อยากที่จะพัฒนา อยากที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อยากให้บริการ อยากที่จะมีรายได้เพิ่ม เพราะความอยากที่จะมี จะเป็นแรงผลักดันให้คนในชุมชนเปิดใจที่จะต้อนรับ เป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่งผลให้ชุมชนมีการปรับตัว และเปิดรับการเปลี่ยนแปลง นำมาปรับใช้บนวิถีของชุมชนเอง

ด้านการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน จำเป็นต้องมีความสะดวกสบาย เข้าถึงโดยไม่ลำบากจนเกินไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เพราะนักท่องเที่ยวที่เที่ยวชุมชนจะมีความเข้าใจ และรับในสิ่งที่เจอได้ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม อาจจะต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกินกำลังของชุมชน ดังนั้นชุมชนเองจำเป็นที่จะต้องเข้าใจบริบทนี้ เพื่อไม่ให้ชุมชนต้องมารับภาระที่เกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านทุนชุมชน ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดจากทุนชุมชน นั่นคือ “ทุนมนุษย์” เป็นบุคคลในการขับเคลื่อน คนในชุมชนจะต้องมีความร่วมมือร่วมใจ และมองเห็นเป้าหมายเดียวกัน เพื่อที่จะพาชุมชนไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ การดึงทุกคนเข้ามามีส่วนร่วม กลยุทธ์ที่ดีที่สุด คือ การทำเป็นตัวอย่าง เมื่อคนในชุมชนเห็นว่าทำแล้วดี มีประโยชน์ มีรายได้ ไม่ยุ่งยากเกินไป คนในชุมชนจะให้ความสนใจ และเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเอง แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของกฎระเบียบของชุมชน ยอมรับ แบ่งปันร่วมกัน

ด้านเครือข่ายชุมชน การมีเครือข่าย หรือพันธมิตร จะช่วยให้การท่องเที่ยวโดยชุมชน เดินหน้าไปได้ ผู้นำชุมชนจำเป็นที่จะต้องมีสายสัมพันธ์ที่ดี กับทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงชุมชนด้วยกันเอง สิ่งนี้จะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น ชุมชนจะมีพี่เลี้ยงที่เป็นภาครัฐและภาคเอกชน คอยให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ แนะนำเส้นทางในการดำเนินงาน และยังมีชุมชนต่าง ๆ เป็นเพื่อนช่วยประคับประคอง เอื้อเฟื้อ แบ่งปัน เดินไปในเส้นทางเดียวกัน

ด้านเศรษฐกิจชุมชน การดำเนินงานเมื่อประสบความสำเร็จได้รับผลตอบแทนสิ่งที่ได้รับ คือ ผลประโยชน์ ทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน ชุมชนจะต้องรู้จักการแบ่งปันทั้งในชุมชนเอง เช่น รายได้ส่วนหนึ่งที่ได้จากนักท่องเที่ยว 1 กลุ่มจะถูกหักเข้ากองกลาง 10% เพื่อเป็นเงินในการพัฒนาชุมชนพัฒนาความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ในส่วนภายนอกชุมชน เช่น เมื่อมีนักท่องเที่ยวสนใจกิจกรรม แต่ชุมชนของเราไม่มี แต่ชุมชนใกล้เคียงมี เราสามารถที่จะเชื่อมโยงนำนักท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมในชุมชนใกล้เคียง เพื่อเป็นการกระจายรายได้ เมื่อทุกชุมชนเห็นแบบนี้ และดำเนินการก็จะก่อให้เกิดเศรษฐกิจแบ่งปัน ทั้งในชุมชนและนอกชุมชน เป็นการสร้างรายได้ให้เกิดร่วมกันในวงกว้าง

ด้านอัตลักษณ์ของชุมชน อัตลักษณ์ เป็นจุดเด่นที่ชุมชนต้องค้นหาเพื่อที่จะนำมาสร้างเป็นจุดเด่น อัตลักษณ์อาจจะหาได้จากทุนชุมชนที่ชุมชนมีอยู่แล้ว หรือสร้างขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่น คนในท้องถิ่น เช่น ในชุมชนไม่มีทุนชุมชนใด ๆ ที่โดดเด่น อาจจะต้องมามองว่า คนในชุมชนจะเป็นอัตลักษณ์ได้หรือไม่ อาจจะต้องสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมา เพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นแล้วเกิดความจดจำ อาจจะเป็นในเรื่องของอัตลักษณ์ของคนในชุมชน ที่คนในชุมชนทุกคนเป็นเจ้าของที่ดี มีอัธยาศัยที่ดี ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยรอยยิ้ม และเสียงหัวเราะ

ด้านผู้นำชุมชนท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนที่เข้าใจยุคสมัย และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ผู้นำชุมชนที่มีความรู้ความสามารถ หรือผู้นำที่เป็นคนรุ่นใหม่จะช่วยให้ชุมชนสามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องมีการประสานองค์ความรู้ภูมิปัญญาของคนรุ่นเก่า และแนวคิดการดำเนินธุรกิจของคนรุ่นใหม่ เข้าด้วยกันเพื่อที่จะช่วยกันขับเคลื่อนชุมชน ทั้งนี้คนทั้งสองรุ่นต้องมีการให้เกียรติกัน ยอมรับซึ่งกันและกัน ไม่มีทิฐิ ในการทำงานร่วมกัน เพื่อที่จะนำชุมชนไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้

ด้านองค์ความรู้ องค์ความรู้ของคนในชุมชน ชุมชนจึงมีการอนุรักษ์องค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา องค์ความรู้ดั้งเดิมจะต้องถูกจดบันทึกไว้ไม่ให้หายไปพร้อมกาลเวลา และต้องเปิดโอกาสในการเรียนรู้ องค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในทุก ๆ วัน เพื่อที่จะได้นำองค์ความรู้ใหม่มาปรับใช้ในการพัฒนาชุมชน โดยประยุกต์เข้ากับองค์ความรู้เดิม และถ่ายทอดออกมาเป็นเรื่องราวเล่า กิจกรรม ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้

ด้านการบริการ (การเป็นเจ้าของที่ดี) การท่องเที่ยวสิ่งที่เป็นจุดดึงดูดคนนอกจากแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การบริการที่ดีเป็นเรื่องที่ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ดี การบริการจึงเป็นเรื่องที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องให้ความสำคัญ เพราะชุมชนไม่ได้มีบริการที่หรูหราเหมือนโรงแรม แต่ชุมชนจะต้องดึงเอาเสน่ห์ของวิถีชีวิต มาปรับให้เป็นบริการ ใส่ใจดูแลเหมือนมีญาติสนิทมาเยี่ยมเยือน มีความเต็มใจเปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นเจ้าบ้านที่ดี ไม่ต้องเสริมเพิ่มเติมอะไร แต่ให้กระทำเหมือนนักท่องเที่ยวเป็นญาติสนิท นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชุมชนไม่ได้ต้องการการปรุงแต่ง แต่ต้องการสัมผัสความเป็นตัวตนของคนในชุมชน อหยาศย์ไมตรีที่ดีช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

## ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การศึกษาในขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) คือ ชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย ที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2562 จำนวน 19 ชุมชนและปีงบประมาณ 2563 จำนวน 58 ชุมชน รวมเป็นจำนวน 77 ชุมชนๆละ 3 คน รวมเป็น 231 คน เพื่อทำการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่อความสัมพันธ์ของการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านทุนชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและวิเคราะห์ด้วยการ หาค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีผลวิจัยดังนี้

การวิเคราะห์และรายงานผลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มที่ดำเนินกิจกรรมการ  
ท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย ที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดย  
ชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2562 และปีงบประมาณ 2563 แบ่งได้ 5 ส่วน ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยส่วนบุคคล  | สถานภาพส่วนบุคคล                 | จำนวน      | ร้อยละ     |
|------------------|----------------------------------|------------|------------|
| 1.เพศ            | ชาย                              | 116        | 50.2       |
|                  | หญิง                             | 109        | 47.2       |
|                  | อื่นๆ                            | 6          | 2.6        |
|                  | <b>รวม</b>                       | <b>231</b> | <b>100</b> |
| 2.อายุ           | 15-25 ปี                         | 38         | 16.5       |
|                  | 26-35 ปี                         | 25         | 10.8       |
|                  | 36-45 ปี                         | 100        | 43.3       |
|                  | 46-55 ปี                         | 50         | 21.6       |
|                  | 56-65 ปี                         | 15         | 6.5        |
|                  | 65 ปีขึ้นไป                      | 3          | 1.3        |
|                  | <b>รวม</b>                       | <b>231</b> | <b>100</b> |
| 3.ระดับการศึกษา  | มัธยมต้น                         | 6          | 2.6        |
|                  | มัธยมปลาย/ปวช.                   | 13         | 5.6        |
|                  | อนุปริญญา                        | 11         | 4.8        |
|                  | ปริญญาตรี                        | 157        | 68.0       |
|                  | ปริญญาโท                         | 37         | 16.0       |
|                  | ปริญญาเอก                        | 4          | 1.7        |
|                  | อื่นๆ                            | 3          | 1.3        |
|                  | <b>รวม</b>                       | <b>231</b> | <b>100</b> |
| 4.ตำแหน่งในกลุ่ม | ผู้นำกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน  | 45         | 19.5       |
|                  | สมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน | 186        | 80.5       |
|                  | <b>รวม</b>                       | <b>231</b> | <b>100</b> |

จากตารางที่ 4 พบว่าข้อมูลผู้ร่วมตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 231 คน เป็นเพศชาย จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 เป็นเพศหญิงจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 และไม่ระบุเพศ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาอายุระหว่าง 46-55 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 อายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 อายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อายุระหว่าง 56-65 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอายุ 65 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาปลาย/ปวช. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 การศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 การศึกษาระดับมัธยมต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 การศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และกำลังศึกษาจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 และเป็นผู้นำกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ตามลำดับ

### ข้อมูลระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

#### ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

| องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน                  | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--|----------------|--------------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. ด้านผู้นำชุมชนท่องเที่ยว (Leader)             | 4.65           | 0.407        | มากที่สุด        |
| 2. ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation) | 4.54           | 0.504        | มากที่สุด        |
| 3. ด้านองค์ความรู้ของชุมชน (Knowledge)           | 4.49           | 0.463        | มาก              |
| 4. ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน               | 4.44           | 0.516        | มาก              |
| 5. ด้านการบริการที่ดี (Services)                 | 4.57           | 0.518        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>                                       | <b>4.54</b>    | <b>0.395</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 5 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.54 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านผู้นำชุมชนท่องเที่ยว (Leader) มีค่าเฉลี่ย 4.65 ด้านการบริการที่ดี (Services) มีค่าเฉลี่ย 4.57 ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation) มีค่าเฉลี่ย 4.49 ด้านองค์ความรู้ของชุมชน (Knowledge) และด้านรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.44 ตามลำดับ

**ตารางที่ 6** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านผู้นำชุมชนท่องเที่ยว (Leader)

| องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน<br>ด้านผู้นำชุมชนท่องเที่ยว (Leader) | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--|----------------|--------------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. ผู้นำชุมชนต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน                               | 4.73           | 0.499        | มากที่สุด        |
| 2. ผู้นำชุมชนต้องมีเครือข่าย   | 4.41           | 0.575        | มาก              |
| 3. ผู้นำชุมชนต้องเป็นตัวอย่างที่ดี                                   | 4.67           | 0.533        | มากที่สุด        |
| 4. ผู้นำชุมชนต้องมีความยุติธรรม                                      | 4.78           | 0.490        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.65</b>    | <b>0.407</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 6 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านผู้นำชุมชนท่องเที่ยว (Leader) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.65 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้นำชุมชนต้องมีความยุติธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.78 ผู้นำชุมชนต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.73 ผู้นำชุมชนต้องเป็นตัวอย่างที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.67 และผู้นำชุมชนต้องมีเครือข่าย มีค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ

**ตารางที่ 7** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation)

| องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน<br>การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation)             | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--|----------------|--------------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว               | 4.55           | 0.524        | มากที่สุด        |
| 2. คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ และรับผิดชอบในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน | 4.60           | 0.557        | มากที่สุด        |
| 3. คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดรูปแบบ และดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวภายในชุมชน            | 4.47           | 0.624        | มาก              |
| <b>รวม</b>   | <b>4.54</b>    | <b>0.504</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 7 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.54 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไป

หาน้อย พบว่า คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ และรับผิดชอบในการดำเนินงานการ  
ท่องเที่ยวโดยชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.60 คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็น  
แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.55 และคนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดรูปแบบ และดำเนินกิจกรรม  
ท่องเที่ยวภายในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.47 ตามลำดับ

**ตารางที่ 8** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์ความรู้  
ของชุมชน (Knowledge)

| องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน<br>องค์ความรู้ของชุมชน (Knowledge)                      | ระดับความสำคัญ |              |            |
|---|----------------|--------------|------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการบริหาร<br>จัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน    | 4.48           | 0.534        | มาก        |
| 2. ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการ<br>ให้บริการ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี        | 4.57           | 0.547        | มากที่สุด  |
| 3. ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการ<br>ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้มาเยี่ยมชม | 4.42           | 0.605        | มาก        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.49</b>    | <b>0.463</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 8 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์ความรู้ของชุมชน  
(Knowledge) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.49 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า  
ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการให้บริการ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.57 ชุมชน  
ท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.48 และ  
ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้มาเยี่ยมชม มีค่าเฉลี่ย 4.42  
ตามลำดับ

**ตารางที่ 9** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน

| องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน<br>ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน  | ระดับความสำคัญ |              |            |
|---|----------------|--------------|------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) | 4.49           | 0.551        | มาก        |
| 2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบ Low Carbon Destination (Green tourism)  | 4.41           | 0.618        | มาก        |
| 3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cultural Tourism)                             | 4.42           | 0.633        | มาก        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.44</b>    | <b>0.516</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 9 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.44 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มีค่าเฉลี่ย 4.49 การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cultural Tourism) มีค่าเฉลี่ย 4.42 และการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบ Low Carbon Destination (Green tourism) มีค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ

**ตารางที่ 10** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการบริการที่ดี (Services)

| องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน<br>ด้านการบริการที่ดี (Services) | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--|----------------|--------------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. การบริการที่มีคนในชุมชนเป็นผู้ให้บริการ                       | 4.60           | 0.565        | มากที่สุด        |
| 2. การบริการมีรูปแบบเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์                     | 4.59           | 0.559        | มากที่สุด        |
| 3. การบริการที่สัมผัสได้ เหมือนดังคนในบ้าน                       | 4.53           | 0.631        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.57</b>    | <b>0.518</b> | <b>มากที่สุด</b> |



จากตารางที่ 10 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการบริการที่ดี (Services) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.57 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า การบริการที่มีคนในชุมชนเป็นผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.60 การบริการมีรูปแบบเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.59 และการบริการที่สัมผัสได้เหมือนดังคนในบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.53 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยรวม

| ด้านการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม<br>(Social Enterprise)    | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--|----------------|--------------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม                       | 4.50           | 0.478        | มากที่สุด        |
| 2. มีความยั่งยืนทางการเงิน                                 | 4.48           | 0.463        | มาก              |
| 3. มีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | 4.46           | 0.462        | มาก              |
| 4. มีการนำรายได้ หรือผลกำไรที่ส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำ          | 4.54           | 0.442        | มากที่สุด        |
| 5. ดำเนินการอย่างโปร่งใส                                   | 4.61           | 0.446        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.52</b>    | <b>0.381</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 11 การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.52 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ดำเนินการอย่างโปร่งใส มีค่าเฉลี่ย 4.61 มีการนำรายได้ หรือผลกำไรที่ส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำ มีค่าเฉลี่ย 4.54 มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.50 มีความยั่งยืนทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.48 และมีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

**ตารางที่ 12** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)  
ด้านการมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม

| การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม<br>ด้านการมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--|----------------|--------------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. ชุมชนมีวิสัยทัศน์ พันธกิจในการดำเนินงานอย่างชัดเจน                    | 4.40           | 0.565        | มาก              |
| 2. ชุมชนมีข้อกำหนดในการจำหน่ายสินค้าที่เป็นสินค้าสุขภาพ                  | 4.55           | 0.549        | มากที่สุด        |
| 3. ชุมชนมีข้อกำหนดในการบริการที่เป็นบริการเพื่อระโยชน์ทางสังคม           | 4.56           | 0.523        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.50</b>    | <b>0.478</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 12 การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยรวมด้านการมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนมีข้อกำหนดในการบริการที่เป็นบริการเพื่อระโยชน์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.56 ชุมชนมีข้อกำหนดในการจำหน่ายสินค้าที่เป็นสินค้าสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.55 และชุมชนมีวิสัยทัศน์ พันธกิจในการดำเนินงานอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 13** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)  
ด้านการมีความยั่งยืนทางการเงิน

| การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม<br>ด้านการมีความยั่งยืนทางการเงิน | ระดับความสำคัญ |              |            |
|--|----------------|--------------|------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. ชุมชนมีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าสุขภาพ      | 4.53           | 0.558        | มากที่สุด  |
| 2. ชุมชนมีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจบริการ                   | 4.41           | 0.618        | มาก        |
| 3. ชุมชนมีรายได้จากช่องทางอื่นๆ (หลายช่องทาง)                  | 4.49           | 0.566        | มาก        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.48</b>    | <b>0.463</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 13 การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยรวมด้านการมีความยั่งยืนทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.48 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหา

น้อย พบว่า ชุมชนมีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.53 มีชุมชนมีรายได้จากช่องทางอื่นๆ (หลายช่องทาง) มีค่าเฉลี่ย 4.49 และชุมชนมีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ

**ตารางที่ 14** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ด้านการมีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

| การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม<br>ด้านการมีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็น<br>มิตรต่อสิ่งแวดล้อม | ระดับความสำคัญ |              |            |
|--|----------------|--------------|------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. ชุมชนมีการจัดการค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม  | 4.42           | 0.619        | มาก        |
| 2. ชุมชนมีกระบวนการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับ<br>สิ่งแวดล้อม   | 4.55           | 0.548        | มากที่สุด  |
| 3. ชุมชนมีกระบวนการให้บริการที่เป็นมิตรกับ<br>สิ่งแวดล้อม  | 4.42           | 0.605        | มาก        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.46</b>    | <b>0.462</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 14 การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยรวมด้านการมีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.46 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนมีกระบวนการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.55 ชุมชนมีการจัดการค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรมและชุมชนมีกระบวนการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

**ตารางที่ 15** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ด้านการนำรายได้หรือผลกำไรส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำ

| การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม<br>ด้านการนำรายได้หรือผลกำไรส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำ                              | ระดับความสำคัญ |       |       |
|---|----------------|-------|-------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.  | แปลผล |
| 1. ชุมชนมีการนำรายได้จากการขายสินค้าหรือจากการ<br>บริการไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายกิจการ                         | 4.49           | 0.551 | มาก   |
| 2. ชุมชนมีการนำรายได้จากกาขายสินค้าและการบริการ<br>ไปหักต้นทุนการดำเนินงาน เช่น ค่าต้นทุนสินค้า เงินเดือน | 4.42           | 0.619 | มาก   |

| การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม<br>ด้านการนำรายได้หรือผลกำไรส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำ  | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|---|----------------|--------------|------------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 3. ชุมชนมีการนำรายได้จากกาขายสินค้าและการบริการไปเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมสาธารณะประโยชน์หรือปันผลให้ผู้ถือหุ้น | 4.71           | 0.527        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.54</b>    | <b>0.442</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 15 การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยรวมด้านการนำรายได้หรือผลกำไรที่ส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.54 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนมีการนำรายได้จากกาขายสินค้าและการบริการไปเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ หรือปันผลให้ผู้ถือหุ้น มีค่าเฉลี่ย 4.71 ชุมชนมีการนำรายได้จากการขายสินค้าหรือจากการบริการไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายกิจการ มีค่าเฉลี่ย 4.49 และชุมชนมีการนำรายได้จากการขายสินค้าและการบริการไปหักต้นทุนการดำเนินงาน เช่น ค่าต้นทุนสินค้า เงินเดือน มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

**ตารางที่ 16** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ด้านดำเนินการอย่างโปร่งใส

| การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม<br>ด้านดำเนินการอย่างโปร่งใส | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|---|----------------|--------------|------------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1.ชุมชนมีการดำเนินงานกิจกรรมที่สามารถติดตามประเมินผลได้   | 4.40           | 0.588        | มาก              |
| 2.ชุมชนมีการดำเนินงานด้านการเงินที่สามารถตรวจสอบได้       | 4.66           | 0.534        | มากที่สุด        |
| 3. ชุมชนมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน                       | 4.77           | 0.495        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.61</b>    | <b>0.446</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 16 การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยรวมด้านดำเนินการอย่างโปร่งใส อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.61 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ย 4.77 ชุมชนมีการดำเนินงานด้านการเงินที่สามารถตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ย 4.66 และชุมชนมีการดำเนินงานกิจกรรมที่สามารถติดตามประเมินผลได้ มีค่าเฉลี่ย 4.40 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านทุนชุมชน

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน โดยรวม

| ด้านทุนชุมชน                   | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--------------------------------|----------------|--------------|------------------|
|                                | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| ทุนมนุษย์ (Human Capital)      | 4.50           | 0.500        | มากที่สุด        |
| ทุนสังคม (Social Capital)      | 4.48           | 0.465        | มาก              |
| ทุนกายภาพ (Physical Capital)   | 4.49           | 0.445        | มาก              |
| ทุนธรรมชาติ (Natural Capital)  | 4.65           | 0.443        | มากที่สุด        |
| ทุนการเงิน (Financial Capital) | 4.43           | 0.493        | มาก              |
| ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) | 4.54           | 0.491        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>                     | <b>4.52</b>    | <b>0.386</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 17 ด้านทุนชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.52 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) มีค่าเฉลี่ย 4.65 ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) มีค่าเฉลี่ย 4.54 ทุนมนุษย์ (Human Capital) มีค่าเฉลี่ย 4.50 ทุนกายภาพ (Physical Capital) มีค่าเฉลี่ย 4.49 ทุนสังคม (Social Capital) มีค่าเฉลี่ย 4.48 และ ทุนการเงิน (Financial Capital) มีค่าเฉลี่ย 4.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital)

| ทุนชุมชน<br>ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital)                             | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|---|----------------|--------------|------------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. ชุมชนควรต้องมีผู้ที่มีองค์ความรู้ เช่น ประชาญ<br>ชาวบ้าน           | 4.48           | 0.638        | มาก              |
| 2. ชุมชนควรต้องมีผู้นำของกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มสตรี<br>กลุ่มผู้สูงอายุ | 4.45           | 0.533        | มาก              |
| 3. ชุมชนควรต้องมีผู้นำที่เป็นทางการ และไม่เป็น<br>ทางการ              | 4.57           | 0.547        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.50</b>    | <b>0.500</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 18 ทุนชุมชน ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนควรต้องมีผู้นำที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ มีค่าเฉลี่ย 4.57 ชุมชนควรต้องมีผู้ที่มีองค์ความรู้ เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.48 และชุมชนควรต้องมีผู้นำของกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ย 4.45 ตามลำดับ

**ตารางที่ 19** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ด้านทุนสังคม (Social Capital)

| ทุนชุมชน<br>ด้านทุนสังคม (Social Capital)                | ระดับความสำคัญ |              |            |
|--|----------------|--------------|------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. คนในชุมชนควรจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงานหรือกิจกรรม | 4.54           | 0.565        | มากที่สุด  |
| 2. ชุมชนควรจะต้องมีเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน      | 4.40           | 0.617        | มาก        |
| 3. ชุมชนควรจะต้องมีวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดมายาวนาน      | 4.51           | 0.551        | มากที่สุด  |
| <b>รวม</b>   | <b>4.48</b>    | <b>0.465</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 19 ทุนชุมชน ด้านทุนสังคม (Social Capital) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.48 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า คนในชุมชนควรจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน หรือกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.54 ชุมชนควรจะต้องมีวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดมายาวนาน มีค่าเฉลี่ย 4.51 และชุมชนควรจะต้องมีเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีค่าเฉลี่ย 4.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 20** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ทุนกายภาพ (Physical Capital)

| ทุนชุมชน<br>ด้านทุนกายภาพ (Physical Capital)        | ระดับความสำคัญ |              |            |
|---|----------------|--------------|------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. ชุมชนควรต้องมีระบบสื่อสาร และคมนาคมที่ดี         | 4.39           | 0.636        | มาก        |
| 2. ชุมชนควรต้องมีระบบพลังงานที่เพียงพอ              | 4.71           | 0.517        | มาก        |
| 3. ชุมชนควรต้องมีสิ่งปลูกสร้าง โบราณสถาน โบราณวัตถุ | 4.38           | 0.612        | มาก        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.49</b>    | <b>0.445</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 20 ทุนชุมชน ด้านทุนกายภาพ (Physical Capital) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.49 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนควรต้องมีระบบพลังงานที่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.71 ชุมชนควรต้องมีระบบสื่อสาร และคมนาคมที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.39 และชุมชนควรต้องมีสิ่งปลูกสร้าง โบราณสถาน โบราณวัตถุ มีค่าเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ

**ตารางที่ 21** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ทุนธรรมชาติ (Natural Capital)

| ทุนชุมชน<br>ด้านทุนธรรมชาติ (Natural Capital)             | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|---|----------------|--------------|------------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. ชุมชนควรต้องมีสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ | 4.62           | 0.583        | มากที่สุด        |
| 2. ชุมชนควรต้องมีแหล่งประกอบอาชีพตามธรรมชาติ              | 4.76           | 0.504        | มากที่สุด        |
| 3. ชุมชนควรต้องมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม                  | 4.56           | 0.548        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.65</b>    | <b>0.443</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 21 ทุนชุมชน ด้านทุนธรรมชาติ (Natural Capital) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.65 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนควรต้องมีแหล่งประกอบอาชีพตามธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ชุมชนควรต้องมีสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.62 และชุมชนควรต้องมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.56 ตามลำดับ

**ตารางที่ 22** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ทุนการเงิน (Financial Capital)

| ทุนชุมชน<br>ด้านทุนการเงิน (Financial Capital)           | ระดับความสำคัญ |              |            |
|--|----------------|--------------|------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. ชุมชนควรต้องมีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์                | 4.40           | 0.609        | มาก        |
| 2. ชุมชนควรต้องมีค่าตอบแทนจากการร่วมดำเนินงานหรือกิจกรรม | 4.49           | 0.558        | มาก        |
| 3. ชุมชนควรต้องมีกองทุนในการดำเนินงานหรือกิจกรรม         | 4.41           | 0.625        | มาก        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.43</b>    | <b>0.493</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 22 ทุนชุมชน ด้านทุนการเงิน (Financial Capital) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.43 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนควรต้องมีค่าตอบแทนจากการร่วมดำเนินงานหรือกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.49 ชุมชนควรต้องมีกองทุนในการดำเนินงานหรือกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.41 และชุมชนควรต้องมีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ย 4.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 23** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนชุมชน ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)

| ทุนชุมชน<br>ด้านทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--|----------------|--------------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. ชุมชนควรต้องมีมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา | 4.41           | 0.638        | มาก              |
| 2. ชุมชนควรยังคงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม           | 4.61           | 0.562        | มากที่สุด        |
| 3. ชุมชนควรมีการสืบสานศิลปะแขนงต่างๆ           | 4.59           | 0.543        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>                                     | <b>4.54</b>    | <b>0.491</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 23 ทุนชุมชน ด้านทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.54 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนควรยังคงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม มีค่าเฉลี่ย 4.61 ชุมชนควรมีการสืบสานศิลปะแขนงต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.59 และชุมชนควรต้องมีมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา มีค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**ตารางที่ 24** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยรวม

| การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน             | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|---|----------------|--------------|------------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| ด้านพื้นที่                                   | 4.47           | 0.503        | มาก              |
| ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว                         | 4.48           | 0.467        | มาก              |
| ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน                 | 4.46           | 0.463        | มาก              |
| ด้านการบริหารจัดการ                           | 4.54           | 0.444        | มากที่สุด        |
| ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรสิ่งแวดล้อม | 4.62           | 0.437        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>                                    | <b>4.51</b>    | <b>0.384</b> | <b>มากที่สุด</b> |



จากตารางที่ 24 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.51 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.62 ด้านการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย 4.54 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.48 ด้านพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 4.47 และด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

**ตารางที่ 25** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านพื้นที่

| การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<br>ด้านพื้นที่       | ระดับความสำคัญ |              |            |
|--|----------------|--------------|------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. สภาพแวดล้อมของชุมชนในปัจจุบันมีความอุดมสมบูรณ์      | 4.49           | 0.543        | มาก        |
| 2. ความสะดวกสบายในการเข้าถึงชุมชน                      | 4.49           | 0.574        | มาก        |
| 3. ชุมชนมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน | 4.43           | 0.621        | มาก        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.47</b>    | <b>0.503</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 25 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านพื้นที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.47 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า สภาพแวดล้อมของชุมชนในปัจจุบันมีความอุดมสมบูรณ์และความสะดวกสบายในการเข้าถึงชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.49 และชุมชนมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน มีค่าเฉลี่ย 4.43 ตามลำดับ

**ตารางที่ 26** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

| การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<br>ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว              | ระดับความสำคัญ |              |            |
|---|----------------|--------------|------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. รูปแบบกิจกรรมของชุมชนมีผลต่อกระทบต่อสภาพแวดล้อม                      | 4.54           | 0.557        | มากที่สุด  |
| 2. รูปแบบของกิจกรรมมีการสอดแทรกองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น             | 4.40           | 0.610        | มาก        |
| 3. กิจกรรมช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ | 4.49           | 0.558        | มาก        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.48</b>    | <b>0.467</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 26 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.48 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า รูปแบบกิจกรรมของชุมชนมีผลต่อกระทบต่อสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.54 กิจกรรมช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ มีค่าเฉลี่ย 4.49 และรูปแบบของกิจกรรมมีการสอดแทรกองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 27** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

| การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<br>ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน             | ระดับความสำคัญ |              |            |
|--|----------------|--------------|------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล      |
| 1. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว                                  | 4.41           | 0.625        | มาก        |
| 2. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุง และส่งเสริมแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน | 4.55           | 0.556        | มากที่สุด  |
| 3. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนที่สืบทอดกันมา  | 4.42           | 0.605        | มาก        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.46</b>    | <b>0.463</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 27 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.46 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุง และส่งเสริมแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.55 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดก วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนที่สืบทอดกันมา มีค่าเฉลี่ย 4.42 และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ

**ตารางที่ 28** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
ด้านการบริหารจัดการ

| การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<br>ด้านการบริหารจัดการ         | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|--|----------------|--------------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงาน มีรายได้เพิ่มขึ้น            | 4.50           | 0.551        | มากที่สุด        |
| 2. คนในชุมชนควรต้องได้รับการพัฒนาความรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยว | 4.42           | 0.619        | มาก              |
| 3. มีการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เท่าเทียมกันในชุมชน   | 4.71           | 0.507        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.54</b>    | <b>0.444</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 28 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.54 เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า มีการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เท่าเทียมกันในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.71 การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงาน มีรายได้เพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.50 และคนในชุมชนควรต้องได้รับการพัฒนาความรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

**ตารางที่ 29** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
ด้านการอนุรักษ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

| การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<br>ด้านการอนุรักษ์ วัฒนธรรม และทรัพยากร<br>สิ่งแวดล้อม        | ระดับความสำคัญ |              |                  |
|---|----------------|--------------|------------------|
|   | $\bar{X}$      | S.D.         | แปลผล            |
| 1. ชุมชนให้ความสำคัญและดำเนินการ เกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของชุมชน    | 4.41           | 0.575        | มาก              |
| 2. ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน                         | 4.66           | 0.542        | มากที่สุด        |
| 3. ชุมชนมีแนวทางกฎระเบียบ ข้อบังคับ ในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่มีความชัดเจน | 4.79           | 0.487        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>  | <b>4.62</b>    | <b>0.437</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 29 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการอนุรักษ์ วัฒนธรรม และ ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.62 เมื่อพิจารณาทางด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ชุมชนมีแนวทางกฎระเบียบ ข้อบังคับ ในการอนุรักษ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่มีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.79 ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.66 และชุมชนให้ความสำคัญและดำเนินการ เกี่ยวกับการอนุรักษ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ของชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การศึกษาในขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) คือ ชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย ที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2562 จำนวน 19 ชุมชน และปีงบประมาณ 2563 จำนวน 58 ชุมชน รวมเป็นจำนวน 77 ชุมชน ๆ ละ 3 คน รวมเป็น 231 คน เพื่อทำการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่อความสัมพันธ์ของการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านทุนชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและวิเคราะห์ด้วยการหาค่าสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ซึ่งมีผลวิจัยดังนี้

การวิเคราะห์และรายงานผลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย ที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2562 และปีงบประมาณ 2563 ดังนี้

#### การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** กิจการเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**ตารางที่ 30** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

|                  |                   | การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน |
|------------------|-------------------|-----------------------------------|
| กิจการเพื่อสังคม | R                 | .974**                            |
|                  | P-value           | .000                              |
|                  | ระดับความสัมพันธ์ | สูง                               |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 30 พบว่าการดำเนินกิจการเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง

**สมมติฐานที่ 2** กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**ตารางที่ 31** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

|                       |                   | การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน | การท่องเที่ยวโดยชุมชน |
|-----------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------------------|
| กิจกรรมเพื่อสังคม     | R                 | .974**                            | .960**                |
|                       | P-value           | .000                              | .000                  |
|                       | ระดับความสัมพันธ์ | สูง                               | สูง                   |
| การท่องเที่ยวโดยชุมชน | R                 | .952**                            |                       |
|                       | P-value           | .000                              |                       |
|                       | ระดับความสัมพันธ์ | สูง                               |                       |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 31 พบว่าการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง สำหรับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง

**สมมติฐานที่ 3** กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**ตารางที่ 32** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนกับการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

|                   |                   | การพัฒนาการ<br>ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน | ทุนชุมชน |
|-------------------|-------------------|---------------------------------------|----------|
| กิจกรรมเพื่อสังคม | R                 | .974**                                | .975**   |
|                   | P-value           | .000                                  | .000     |
|                   | ระดับความสัมพันธ์ | สูง                                   | สูง      |
| ทุนชุมชน          | R                 | .958**                                |          |
|                   | P-value           | .000                                  |          |
|                   | ระดับความสัมพันธ์ | สูง                                   |          |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 32 พบว่าการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง สำหรับการดำเนินกิจกรรม  
เพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า  
ระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง

#### ตอนที่ 4 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 และข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในขั้นตอนที่ 2 และข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขั้นตอนที่ 3 แล้วนำวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนและรูปของกิจการเพื่อสังคมจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงการบริหารจัดการ เข้าใจถึงทุนชุมชนที่ตนเองมีนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของชุมชน ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนที่คำนึงถึง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้สร้างแนวทางในการพัฒนาให้กับชุมชนที่ต้องการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม ชุมชนควรจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเป็นโมเดล “CHAPS SILK” ซึ่งเปรียบได้เหมือนเส้นไหมที่เป็นเส้นนำทางในการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วย 9 ด้าน คือ 1) Community needs (ความต้องการของชุมชน) 2) Host Manship (การเป็นเจ้าบ้านที่ดี) 3) Accessibility (ความสะดวกสบาย) 4) Participation (การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน) 5) Social Networking (การมีเครือข่าย) 6) Sharing economy (เศรษฐกิจแบ่งปัน) 7) Identity of community (อัตลักษณ์ชุมชน) 8) Leadership (ความเป็นผู้นำ) 9) Knowledge Management (การจัดการองค์ความรู้) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สามารถดำเนินงานไปได้

## บทที่ 5

### สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินงานโดยชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3) เพื่อศึกษาผลการทดสอบความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 4) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสานวิธี ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำเอาความรู้ในเรื่องสภาพการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ไปพัฒนาการจัดการทุนทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน จากนั้นนำความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเป็นรูปแบบการดำเนินกิจการเพื่อสังคมโดยชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ก่อนนำไปเผยแพร่แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และสรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย



## 5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และสรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

จากการศึกษาสภาวะการณ์และทิศทางการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทยแล้วนำมาสังเคราะห์เพื่อให้ได้สภาวะการณ์ และทิศทาง กลยุทธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อนำมาข้อมูลในการหาแนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคม และศึกษาการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) สามารถสรุปเป็น แต่ละด้านได้ดังนี้

### 1. ด้านความต้องการของชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 ให้ความสำคัญในด้านความต้องการของชุมชน โดย “วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ ใช้วิธีการทำให้ดูเป็นตัวอย่างให้กับคนในชุมชนได้รู้ได้เห็นและเข้าใจ โดยการสร้างต้นแบบในการดำเนินงาน ปฏิบัติจริง เพื่อแสดงให้เห็นถึงผล หรือประโยชน์ที่จะได้รับ เป็นตัวอย่างต้นแบบ เมื่อคนในชุมชนเห็นว่าทำแล้วได้ประโยชน์ก็มีความคิดที่จะทำตาม ดังนั้นด้วยวิธีการทำให้ดูสามารถพิสูจน์ให้เห็นเป็นรูปธรรม ทำให้เกิดการยอมรับ” สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 กล่าวว่า “ในแนวคิดของเราความต้องการทุกอย่างจะต้องเกิดจากชุมชน ชุมชนจะต้องเกิดความอยาก เราเริ่มจากการหาความอยากของชุมชน และถ้าความอยากนั้นคือ การท่องเที่ยว การหารายได้จาก การท่องเที่ยว ก็จะตรงกับแนวคิดการทำงานของเรา แต่ความอยากที่เกิดขึ้นต้องมีการฝึกฝนร่วมกัน มีการทำงานร่วมกันของชุมชนก่อนที่จะมีรายได้ ไม่ใช่อยากแล้วจะต้องมีรายได้เลย ไม่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ใด ๆ ซึ่งก็ไม่ถูกหลักการ และเมื่อทำแล้วมีรายได้แล้ว ก็ต้องเอารายได้ส่วนหนึ่งกลับมาพัฒนาชุมชน พัฒนาป่าไม้ พัฒนาขยะ พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่อยู่ร่วมกัน ถ้าเข้าใจและสามารถทำตามแนวทางนี้ได้ ก็จะสามารถทำงานร่วมกับ โลเคิล อโลค ได้” ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือ “ชุมชนจะต้องรู้ความต้องการของตนเอง ต้องเข้าใจวัตถุประสงค์ของการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อชุมชนมีความอยาก อยากที่จะพัฒนา อยากที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อยากให้บริการ อยากที่จะมีรายได้เพิ่ม เพราะความอยากที่จะมี จะเป็นแรงผลักดันให้คนในชุมชนเปิดใจที่จะต้อนรับ เป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่งผลให้ชุมชนมีการปรับตัว และเปิดรับการเปลี่ยนแปลง นำมาปรับใช้บนวิถีของชุมชนเอง”

### 2. ด้านผู้นำชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 กล่าวว่า “ผู้นำชุมชนเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ เส้นทางของการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเส้นทางที่ขรุขระมาก นอกจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนแล้ว ผู้นำจะต้องมีความเข้มแข็งสามารถที่จะนำชุมชนเดินผ่านเส้นทางนี้ไปได้ กิจกรรมยังสามารถขับเคลื่อนไปได้ ผู้นำจะต้องมีความมุ่งมั่น ไม่ยอมแพ้ ต้องเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพราะเส้นทางที่เดินไปโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ต้องยอมรับ รู้เท่าทัน และปรับตัวกับการ

เปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ดี และผู้นำจะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายเพื่อสร้างการเชื่อมโยง เพื่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกัน มีศักยภาพที่เป็นที่ยอมรับของชุมชน” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 กล่าวว่า “ผู้นำแถว 2 คือ คนที่มีความรู้ความสามารถ มีองค์ความรู้ติดตัวมาเป็นคนรุ่นใหม่ กลับมาบ้าน มาทำงาน มาพัฒนาชุมชนที่ตนเองอยู่ ผู้นำแถว 2 มีแนวคิดที่ต่างจากผู้นำที่เป็นคนรุ่นเก่า เพราะคนรุ่นใหม่จะมองรอบด้าน และมีแนวคิดธุรกิจที่ต่างไป” ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือ ผู้นำชุมชน เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนชุมชน จึงต้องมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินงาน ก้าวทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทั้งยังต้องเป็นต้นแบบ ส่งผลให้คนในชุมชนมีแนวทางต้นแบบในการดำเนินงานต่อไป และผู้นำชุมชนจะต้องมีความยุติธรรม โปร่งใสในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกิจการเพื่อสังคมอีกด้วย

### 3. ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 กล่าวว่า “หลังจากมีการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งที่เกิดขึ้นคือ ภาพของความร่วมมือของคนในชุมชน ที่ช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ล่าสัตว์ ไม่เก็บกล้วยไม้ป่าไปขาย ซึ่งเป็นความร่วมมือของคนในชุมชน และภาครัฐ อย่างอุทยานแห่งชาติธารโบกขรณี กรมอุทยานแห่งชาติ มีการสร้างเส้นทางศึกษาธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวเข้าไปปลูกกล้วยไม้เป็นการบูรณาการร่วมกันของชุมชน และภาครัฐ ที่เห็นภาพชัดเจนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ การร่วมมือ การมีส่วนร่วมในชุมชนที่มีมากขึ้น เพราะเริ่มต้นจากสมาชิกในชุมชน เพียง 3-4 หมู่ มาช่วยกันขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจุบันทั้ง 6 หมู่ ในแหลมสักเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ก็ยังมีบางกลุ่มที่มีความเห็นไม่ตรงกัน คิดต่าง และก็อยากที่จะดำเนินงานเองก็มี ซึ่งเราไม่สามารถห้ามเขาได้ ดังนั้นการมีส่วนร่วมก็ช่วยให้เกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 ที่กล่าวว่า “การดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำเป็นที่จะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม โดยเรามองว่าการดำเนินงานที่จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุดคือ การที่เรามอบหมายหน้าที่ที่เหมาะสมตามความถนัดให้กับสมาชิกจะเกิดผลดี ทุกคนจะรับผิดชอบหน้าที่ของตนเองไม่รู้สึกว่าหน้าที่ ที่รับผิดชอบเป็นภาระงานที่เพิ่มขึ้น การบริหารงานเรามุ่งเน้นแบบทางราบ ทุกคนสามารถที่จะนำเสนอแนวคิดการทำงาน และมีการบริหารงานร่วมกัน เราเขียนโครงสร้างจากหน้าที่ที่สมาชิกรับผิดชอบอยู่แล้วนำมาปรับให้เป็นในรูปแบบกรรมการ” และยังสอดคล้องกับ ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 ที่กล่าวว่า “ถ้าชุมชนไม่มีส่วนร่วมไม่ให้ความร่วมมือ ในการที่จะพัฒนา เป็นข้อแรกที่ว่าโลเคิล อโลค โลก ในการที่จะเข้าไปพัฒนาชุมชน ในเรื่องของกรท่องเที่ยวหรือเรื่องอื่น ๆ ความเห็นในชุมชนต้องได้รับความเห็นชอบ ในบางครั้งเราคิดว่ามีความเป็นไปได้ แต่ทำไมขับเคลื่อนไม่ได้ ทำให้ต้องมาศึกษาหาสาเหตุ ว่าเพราะอะไรถึงไม่ยอมทำ ไม่อยากมีส่วนร่วม สาเหตุอาจจะมาจาก ผู้นำที่ไม่มีความสามารถ หรือชุมชนมี

ความแตกต่างด้านความคิด หรือมีความขัดแย้งกันในชุมชน เหล่านี้เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการไม่มีส่วนร่วมทั้งสิ้น” ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือในการขับเคลื่อนต้องเกิดจากคนในชุมชน เมื่อคนในชุมชนต่างมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มองเห็นเป้าหมายเดียวกัน ทำหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถ ส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่เป้าหมาย

#### 4. ด้านอัตลักษณ์ของชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 กล่าวว่า “ทุนชุมชนเป็นทุนที่มีอยู่ทุกที่ เพียงแต่เราจะนำมาสร้างให้เกิดมูลค่าด้านการท่องเที่ยว ถ้ามองอีกมุมจะเห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรม เช่น การแต่งกายท้องถิ่นที่ไปหาที่ไหนก็ไม่มีใครใส่แล้ว แต่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชน เรานำกลับมาสวมใส่ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นภาพลักษณ์ของชุมชน รวมถึงการแสดงพื้นบ้าน หรือแม้แต่ เรื่องภูมิปัญญา เกี่ยวกับสมุนไพร การทอผ้า สิ่งเหล่านี้ก็จะหายไป ไม่มีใครสนใจ” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 ที่กล่าวว่า “เรามองทุนชุมชนในมุมที่ว่า ถ้าชุมชนมีทุนเหล่านี้ถือว่าเป็นข้อได้เปรียบ ถ้ามีก็จะทำให้สามารถดำเนินงานได้ไว เพราะไม่ได้เริ่มจากศูนย์ เช่น ชุมชนที่มีทุนธรรมชาติ ทุนวัฒนธรรม ก็จะมีข้อได้เปรียบกว่าชุมชนอื่น สามารถที่จะหาอัตลักษณ์ได้ง่าย ยิ่งถ้ามีทุนทางสังคมที่ดี ยิ่งจะขับเคลื่อนได้เร็ว จากประสบการณ์ทุนที่สำคัญที่สุด คือ ทุนมนุษย์ ยกตัวอย่างคลองเตย เกิดจากความต้องการของคนในชุมชนเขาอยากทำ อยากพัฒนา เขาอยากพิสูจน์ให้คนเห็นว่าเขาก็ทำท่องเที่ยวได้ อยากจะสื่อสารภาพด้านดีที่ไม่ใช่คนในคลองเตยสร้างปัญหาตลอดเวลา แต่ทุนธรรมชาติ ทรัพยากรต่าง ๆ ไม่มีเลย แต่เขาก็มองหาและเลือกที่จะพลิกให้เป็นทุนของคลองเตยเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ เพื่อทำการที่จะสื่อสารจุดเด่นของคลองเตยออกไป และสิ่งที่เป็นจุดเด่นสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวของคลองเตยคือ คนในชุมชน ทุนมนุษย์จึงเป็นทุนที่ขับเคลื่อนธุรกิจ การดำเนินงาน พัฒนาในมุมต่าง ๆ ให้เห็นภาพชัดเจน ทุนอื่น ๆ ก็จะเป็นองค์ประกอบ ช่วยเสริมให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ” ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือชุมชนควรจะต้องค้นหาอัตลักษณ์โดยทบทวนจากทุนชุมชนที่มีอยู่เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ และอนุรักษ์ไว้เพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยาวนาน ทำให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

#### 5. ด้านเศรษฐกิจแบ่งปันในชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 กล่าวว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือมีผลดี และประโยชน์กับชุมชนของเรา เพราะช่วยให้เกิดการแบ่งปัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้ มีความเหมือนที่สอดคล้องกับกิจการเพื่อสังคมในมิติของการแบ่งปัน ช่วยเหลือกัน เกิดมิตรภาพที่ดีในชุมชน” ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 ที่กล่าวว่า “การท่องเที่ยวโดย

ชุมชนจะยั่งยืนได้ ควรต้องมีองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น การมีส่วนร่วม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ร่วมกันทำ และร่วมกันรับ โดยร่วมกันทำอาจจะเป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็ก แต่สามารถดำเนินการขับเคลื่อนให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถกระจายผลประโยชน์ให้กับร่วมกันรับ และผู้ร่วมกันทำต้องมีแนวทางในการดำเนินงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อที่จะได้ช่วยกันพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนให้บรรลุเป้าหมายที่ชุมชนตั้งไว้ และสามารถที่จะแบ่งปันกับคนในชุมชนและชุมชนอื่นๆ ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือ การที่เศรษฐกิจของชุมชนจะดีขึ้นต้องดีมาจากในชุมชน คนในชุมชนต้องรู้จักการแบ่งปัน เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน มีการสนับสนุน ชี้ขยาย แลกเปลี่ยนกันในชุมชน ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนทางการเงิน

#### 6. ด้านเครือข่ายของชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 กล่าวว่า “วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮม สเตย์มองว่า เรามีแนวคิดที่ว่า “ทุกคนไม่ได้เป็นคู่แข่ง แต่ทุกคนคือเครือข่าย” เพราะเราไม่สามารถที่จะอยู่คนเดียวได้ และแต่ละพื้นที่นั้นล้วนมีบริบทของพื้นที่ที่เป็นเอกลักษณ์ มีคุณลักษณะที่ไม่เหมือนกัน เราสามารถที่จะเชื่อมโยงคนในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง มาร่วมกันสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว แบ่งปันกันทั้งในชุมชน และต่างชุมชน เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี และเมื่อชุมชนให้บริการที่ดีต่อลูกค้า ก็จะทำให้มีแรงดึงดูดให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ประโยชน์ที่ได้ก็จะได้ร่วมกัน เพราะทุกคนคือเครือข่าย เราจะอยู่เพียงคนเดียวไม่ได้ ต้องมีเครือข่ายเพื่อเกื้อหนุนกันและกัน” ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 ที่กล่าวว่า “กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนให้ไปได้ดี และไปได้เร็ว สิ่งที่น่าจะช่วยได้ดี คือ คอนเนคชั่น (Connection) การที่เรามีความสัมพันธ์อันดีกับหลาย ๆ ฝ่าย ในการที่เราจะทำงานอะไร หรือติดขัดในงานไหน เราสามารถที่จะขอความช่วยเหลือ ขอกการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีความสามารถในด้านนั้น ๆ มาสนับสนุนให้งานของเราสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ เช่น มีงานที่จะประกวดชุมชน จะทำอย่างไร เราก็จะมีฝ่ายสนับสนุนที่เป็นนักวิชาการ อาจารย์ มหาวิทยาลัย เป็นที่ปรึกษาให้ เรารวบรวมข้อมูลแล้วเข้าไปพบทีมที่ปรึกษา ระดมความคิด วางแผน หาแนวทางในการดำเนินงาน ถ้าประกวดชุมชนงานนี้ ต้องทำอะไรบ้าง ต้องเตรียมความพร้อมอะไรบ้าง เมื่อได้ความคิดเห็นจากทีมที่ปรึกษา เราก็นำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของชุมชน แล้วก็ส่งผลงานเข้าประกวด ซึ่งรางวัลที่ได้มาความสำเร็จส่วนหนึ่งมาจากการสนับสนุนของทีมที่ปรึกษา” ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือ เครือข่ายเป็นส่วนที่ช่วยสนับสนุนซึ่งกันและกัน ช่วยเติมเต็มในส่วนที่ขาดหายไป และช่วยสนับสนุนแบ่งปันทั้งองค์ความรู้ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ช่วยขับเคลื่อนให้ไปสู่เป้าหมายเดียวกัน

## 7. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และโครงสร้างพื้นฐาน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 กล่าวว่า “การดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ เกิดขึ้นจากแนวความคิดที่ว่า จะทำอะไรให้คนในชุมชนมีงานทำ มีรายได้ ลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เพราะการทำการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนกับการพัฒนาชุมชน เพราะใครมาเที่ยวบ้านโฮม ๆ ไม่มีความสะอาด ไม่มีระเบียบ ไม่มีการพัฒนา เริ่มจากการพัฒนาตนเอง พัฒนาครัวเรือน ตัวอย่างเช่น การพัฒนาปรับปรุงบ้านพักของตนเอง สร้างระเบียบวินัยให้กับเจ้าบ้าน” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 ที่กล่าวว่า “เป็นเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ถนนในชุมชน ถนนที่ใช้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวเรียบแม่น้ำโขง กำลังมีการพัฒนาในเรื่องของแสงสว่าง ด้วยการติดตั้งเป็นไฟที่ใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ ประโยชน์ที่ได้ไม่ใช่แค่กับการท่องเที่ยว แต่ได้ทั้งชุมชน ที่ทางเราช่วยผลักดัน เพราะถ้าให้ชาวบ้านในชุมชนมาผลักดันอาจจะล่าช้าเกินไป การพัฒนาสร้างสิ่งสาธารณูปโภคภายในชุมชนเป็นโครงการที่กำลังดำเนินการอยู่ บางเรื่องต้องเป็นการเขียนโครงการเข้าไปขอภาครัฐ ทางชาวบ้านในชุมชนจะทำไม่เป็น ทางเราก็ให้ความช่วยเหลือในการจัดทำ และนำเสนอให้ เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน” ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือ ชุมชนจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเข้าถึงชุมชนที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยที่ไม่ได้ทำให้ชุมชนเองต้องลำบากในการจัดหา หรือเกินความจำเป็นที่ชุมชนต้องมี

## 8. ด้านการจัดการองค์ความรู้

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 กล่าวว่า “ทุนชุมชนที่โดดเด่นของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ เป็นในเรื่องของทุนทางธรรมชาติ เพราะนักท่องเที่ยวที่มาที่นี่เพราะยังมีความเป็นธรรมชาติอยู่ เราอนุรักษ์ รักษาธรรมชาติ สวนมะพร้าว สวนริมคลองให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสวิถีชีวิตของคนสวนริมคลอง เราเองยังมีทุนมนุษย์ที่เป็นปราชญ์ชาวบ้าน มีองค์ความรู้ในเรื่องของมะพร้าว มีทุนวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของที่สืบทอดกันมา ทุนที่มีทั้งหมดช่วยให้เราเห็นถึงทรัพยากรที่เราคิดว่าเรามีอะไรบ้างที่สามารถนำมาใช้ให้เป็นจุดเด่นเพื่อต่อยอดในการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 ที่กล่าวว่า “การบริหารจัดการความรู้ สมาชิกที่จะมาทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องมีความรู้ที่ไม่ใช่ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว แต่เป็นความรู้ที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิต เช่น ความรู้เกี่ยวกับ เศรษฐกิจพอเพียง การทำเกษตรอินทรีย์ การพัฒนาแปรรูปผลผลิต การเกษตร การออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ครบวงจร ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทั้งการผลิต แปรรูป และการตลาด ในภาพรวมไม่ใช่เฉพาะในเรื่องของการท่องเที่ยว ยังมีเรื่องของการอบรมในเรื่องการทำอาหาร ทำขนม การจัดอาหาร เราก็ดึงคนในชุมชนมาร่วมอบรม เวลาทำงานต่าง ๆ เราก็ให้คนในชุมชนกลุ่มนี้มาช่วยทำให้กับกลุ่มท่องเที่ยว หรือคนในชุมชน ใครที่สนใจก็ยินดีที่จะให้มาร่วมถือเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มาเรียนรู้” และผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 กล่าวไว้ว่า “ชุมชนจะต้องมีองค์

ความรู้ในเรื่องของการทำธุรกิจ เข้าใจระบบนิเวศของการทำธุรกิจ แปลว่าชุมชนต้องมีทักษะที่หลากหลายมากขึ้น มีวิสัยทัศน์ที่มากขึ้น” ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือ ชุมชนจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดการองค์ความรู้ เพราะความรู้ภูมิปัญญาของคนในชุมชนนั้นมีค่ามากมาย ถ้าเลือนหายไปกับกาลเวลาจะเป็นสิ่งที่เอากลับมาไม่ได้อีก จึงต้องมีการจัดเก็บ รวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนนั้น ๆ ไว้ หรือจะนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยว

### 9. ด้านการเป็นเจ้าของที่ดี

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 กล่าวว่า “นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนจึงมีความรู้ความเข้าใจบริบทของชุมชน การบริการที่จะได้รับ และไม่คาดหวังมากเท่ากับการท่องเที่ยวทั่วไป ทำให้สามารถที่จะรับมือกับนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ยากนัก และเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน สิ่งหนึ่งที่คนในชุมชนต้องตระหนัก คือเรื่องของสภาพแวดล้อม ทรัพยากรทางธรรมชาติในชุมชนที่มีอยู่ จะต้องมีการสื่อสารให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ ไม่หมดไป เพราะถ้าหมดไปชุมชนก็จะไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาอีก ดังนั้นชุมชนจะต้องมีการดูแลรักษา หวงแหน ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เป็นอย่างดี” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 ที่กล่าวว่า “เราต้องมีการให้บริการที่มากกว่าปกติ เราใช้ว่า การเอาใจใส่ (Attention) ซึ่งมากกว่าการดูแล และเราเก็บรายละเอียด ความชอบ นิสัยใจคอ สังเกตให้เห็นความชอบ เรียนรู้พฤติกรรม และจดจำให้ได้ เพราะจะทำให้เราสามารถที่จะให้บริการที่ดี ก่อให้เกิดความประทับใจกับลูกค้าได้ ดังนั้นการเรียนรู้ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญมากอีกเรื่องหนึ่ง” ประกอบกับผู้เชี่ยวชาญร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าประเด็นนี้มีข้อสรุป คือ การบริการที่ดีเป็นเรื่องที่ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ดี การบริการจึงเป็นเรื่องที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องให้ความสำคัญ เพราะชุมชนไม่ได้มีบริการที่หรูหราเหมือนโรงแรม แต่ชุมชนจะต้องดึงเอาเสน่ห์ของวิถีชีวิต มาปรับให้เป็นบริการ

ตารางที่ 33 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการวิจัยเชิงปริมาณ

| สรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพ<br>ทิศทางการกลยุทธ์<br>และตัวชี้วัดความสำเร็จ  | สรุปผลวิจัยเชิงปริมาณ  | สรุปผล   |
|--|--|--|
| <p>1. ด้านความต้องการของชุมชนจะต้องสอบถามความต้องการของชุมชนว่ามีความต้องการที่จะทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือไม่ และยอมรับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน</p> | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ 1 กิจกรรมเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง</p> | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก,ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่สอดคล้องกันว่า ความต้องการของชุมชนเป็นกุญแจหลักในการดำเนินงานถ้าคนในชุมชนไม่เปิดใจไม่อยากทำ ไม่ยอมรับรูปแบบเป้าหมายร่วมกัน ย่อมส่งให้การดำเนินงานเป็นไปได้ยากและ ทั้งยังส่งผลให้การดำเนินงานอาจจะล้มเหลวได้</p>  |
| <p>2. ด้านผู้นำชุมชน ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถรอบด้าน มีความยุติธรรม และมีจริยธรรมในการดำเนินงาน</p>  | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของด้านผู้นำชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ 2 กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญ</p>   | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก,ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่สอดคล้องกันว่า ผู้นำชุมชน เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการดำเนินงาน เป็นผู้นำการขับเคลื่อนชุมชน ที่ต้องมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินงาน ก้าวทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทั้งยังต้องเป็นต้นแบบ ตัวอย่างที่ดีให้กับคนในชุมชน ส่งผลให้คนในชุมชนมีแนวทาดันแบบในการ</p> |

ตารางที่ 33 (ต่อ) สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการวิจัยเชิงปริมาณ

| สรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพ<br>ทิศทางการกลยุทธ์<br>และตัวชี้วัดความสำเร็จ  | สรุปผลวิจัยเชิงปริมาณ  | สรุปผล  |
|--|--|---|
|  | ทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง   | ดำเนินงานต่อไป และผู้นำชุมชนจะต้องมีความยุติธรรม โปร่งใสในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกิจการเพื่อสังคมอีกด้วย   |
| <p><b>3. ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน</b></p> <p>เป็นเรื่องสำคัญในการขับเคลื่อนเมื่อคนในชุมชนต่างมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มองเห็นเป้าหมายเดียวกัน ทำหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถ ส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่เป้าหมาย</p> | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ 2 กิจการเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง</p> | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก, ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่สอดคล้องกันว่า การมีส่วนร่วมเป็นส่วนสำคัญที่ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน คนในชุมชนจะเป็นฟันเฟืองที่ช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคน เพื่อให้ผู้นำชุมชนไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้</p> |
| <p><b>4. ด้านอัตลักษณ์ของชุมชน</b></p> <p>ชุมชนควรจะต้องค้นหาอัตลักษณ์โดยทบทวนจากทุนชุมชนที่มีอยู่เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ และอนุรักษ์ไว้เพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยาวนานทำให้เกิดความยั่งยืนต่อไป</p>                                    | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของด้านทุนชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ 3 กิจการเพื่อสังคมผ่านทุนชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง</p>   | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก, ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่สอดคล้องกันว่า อัตลักษณ์ของชุมชนเกิดจากการที่ชุมชนจะต้องทบทวน ค้นหาทุนชุมชนที่มีอยู่ในชุมชนว่ามีอะไรที่มีความโดดเด่น และสามารถนำมาสร้างเป็น อัตลักษณ์ ของชุมชน เช่น ทุนทาง</p>                                       |



ตารางที่ 33 (ต่อ) สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการวิจัยเชิงปริมาณ

| สรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพ<br>ทิศทางการกลยุทธ์<br>และตัวชี้วัดความสำเร็จ   | สรุปผลวิจัยเชิงปริมาณ  | สรุปผล   |
|---|--|--|
|   | <p>ยังยืนมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง</p>  | <p>ธรรมชาติ ทูนาทางวัฒนธรรม แต่ถ้าไม่มีจำเป็นที่จะต้องสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นการสร้างความสนใจ อาจจะเป็นทุนมนุษย์ ที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาดูมาค้นหา เป็นต้น</p>   |
| <p><b>5. ด้านเศรษฐกิจแบ่งปันในชุมชน</b><br/>การที่เศรษฐกิจของชุมชนจะดีขึ้นต้องดีมาจากในชุมชน คนในชุมชนต้องรู้จักการแบ่งปัน เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน มีการสนับสนุน ซื้อขาย แลกเปลี่ยนกัน ในชุมชน ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนทางการเงิน</p> | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของด้านความยั่งยืนทางการเงินอยู่ในระดับมาก และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ 1 กิจกรรมเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง</p> | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก, ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่สอดคล้องกันว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะช่วยให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่จะให้เกิดเศรษฐกิจแบ่งปัน เริ่มจากแบ่งปันในชุมชน ซื้อขาย แลกเปลี่ยนในชุมชน มีทั้งผู้ผลิตและผู้ซื้ออยู่ในชุมชนก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนอย่างยั่งยืน และเมื่อภายในชุมชนยั่งยืนแล้ว ก็สามารถที่จะขยายไปยังชุมชนข้างเคียงหรือชุมชนเครือข่าย ขยายวงกว้าง และสอดคล้องกับแนวคิดกิจการเพื่อสังคมอีกด้วย</p> |

ตารางที่ 33 (ต่อ) สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการวิจัยเชิงปริมาณ

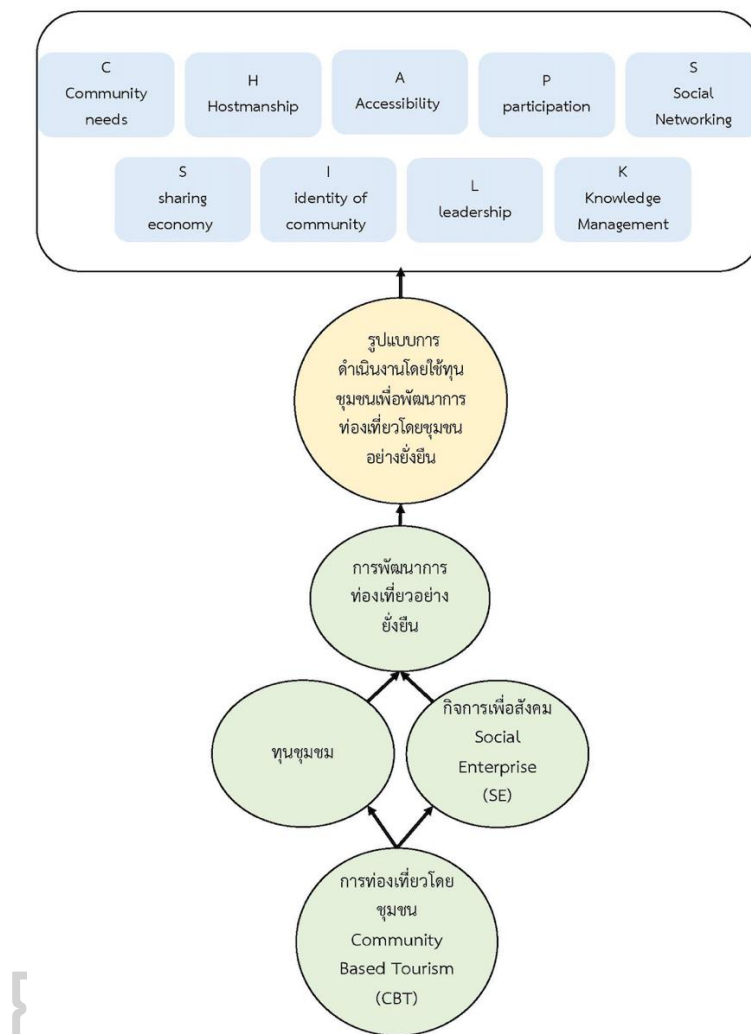
| สรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพ<br>ทิศทางการกลยุทธ์<br>และตัวชี้วัดความสำเร็จ  | สรุปผลวิจัยเชิงปริมาณ  | สรุปผล   |
|--|--|--|
| <p>6. ด้านเครือข่ายของชุมชน</p> <p>เครือข่ายจึงเป็นส่วนที่ช่วยสนับสนุนซึ่งกันและกัน ช่วยเติมเต็มในส่วนที่ขาดหายไป และช่วยสนับสนุนแบ่งปันทั้งองค์ความรู้ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ช่วยขับเคลื่อนให้ไปสู่เป้าหมายเดียวกัน</p> | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญผู้นำชุมชนต้องมีเครือข่ายอยู่ในระดับมาก และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ 1 กิจกรรมเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง</p>                          | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก, ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่สอดคล้องกันว่า การมีเครือข่ายจะช่วยในการดำเนินงานขับเคลื่อนให้ไปสู่เป้าหมายเดียวกัน เมื่อชุมชนมีเครือข่ายและมองเห็นเป้าหมายการพัฒนาที่เหมือนกัน ก็จะส่งผลให้การพัฒนาดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ</p>   |
| <p>7. ด้านความสะดวกสบาย</p> <p>ชุมชนจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยที่ไม่ได้ทำให้ชุมชนเองต้องลำบากในการจัดหาหรือเกินความจำเป็นที่ชุมชนต้องมี</p>   | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญการบริการที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งให้ระดับความสำคัญด้านพื้นที่ในเรื่องของความสะดวกสบายในการเข้าถึงชุมชน อยู่ในระดับมาก และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ 2 กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่ามีความสัมพันธ์ใน</p> | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก, ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่สอดคล้องกันว่า ความสะดวกสบายของชุมชนนั้นจำเป็นต้องมีความสะดวกสบายขั้นต้น ในเรื่องของ การเข้าถึงที่สะดวก สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน รวมไปถึงการบริการที่ดีจากชุมชน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมอยากจะได้การเดินทางที่ไม่ยากลำบากมากนัก เข้าถึงง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เพียงพอ ชุมชนไม่จำเป็นที่จะต้อง</p> |

ตารางที่ 33 (ต่อ) สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการวิจัยเชิงปริมาณ

| สรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพ<br>ทิศทางการกลยุทธ์<br>และตัวชี้วัดความสำเร็จ  | สรุปผลวิจัยเชิงปริมาณ  | สรุปผล   |
|--|--|--|
|  | ระดับเชิงบวก อย่างมี<br>นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01<br>โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ใน<br>ระดับสูง  | จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่<br>เกินความจำเป็นของชุมชนที่ใช้ใน<br>ชีวิตประจำวัน  |
| <p><b>8. ด้านการจัดการองค์ความรู้</b><br/>ชุมชนควรจะต้องมีการจัดเก็บ<br/>องค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น<br/>หรือมีการพัฒนามาเป็น<br/>กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้<br/>องค์ความรู้เหล่านี้ไม่สูญหายไป</p> | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้<br/>ระดับความสำคัญขององค์<br/>ความรู้ของชุมชน<br/>(Knowledge) อยู่ในระดับ<br/>มาก ทั้งให้ระดับความสำคัญ<br/>ด้านการบริหารจัดการในเรื่อง<br/>การพัฒนาความรู้ในเรื่องของ<br/>การท่องเที่ยวของคนในชุมชน<br/>อยู่ในระดับมาก และผล<br/>วิเคราะห์ความสัมพันธ์ตาม<br/>สมมติฐานที่ 2 กิจกรรมเพื่อ<br/>สังคมผ่านการท่องเที่ยวโดย<br/>ชุมชนมีความสัมพันธ์กับการ<br/>พัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง<br/>ยั่งยืน พบว่ามีความสัมพันธ์ใน<br/>ระดับเชิงบวก อย่างมี<br/>นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01<br/>โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ใน<br/>ระดับสูง</p> | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก, ผู้เชี่ยวชาญ และผู้<br/>ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่<br/>สอดคล้องกันว่า ชุมชนจะต้องให้<br/>ความสำคัญในเรื่องของการ<br/>จัดการองค์ความรู้ให้มาก เพราะ<br/>ความรู้ภูมิปัญญาของคนในชุมชน<br/>นั้นมีค่ามากมาย ถ้าเลือนหายไป<br/>กับกาลเวลาจะเป็นสิ่งที่เอา<br/>กลับมาไม่ได้อีก ดังนั้นจึงต้องมี<br/>การจัดเก็บ รวบรวมองค์ความรู้<br/>ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนนั้น ๆ<br/>ไว้ หรือจะนำมาพัฒนาเป็น<br/>กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์จะช่วยให้<br/>ภูมิปัญญาไม่หายไป และยัง<br/>เผยแพร่ผ่านนักท่องเที่ยวให้เป็นที่<br/>รู้จักได้อีกด้วย</p> |
| <p><b>9. ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี</b><br/>การบริการที่ดีเป็นเรื่องที่ช่วย<br/>ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิด</p>   | <p>ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามให้<br/>ระดับความสำคัญของด้านการ<br/>บริการที่ดี (Services) อยู่ใน</p>   | <p>ผู้ให้ข้อมูลหลัก, ผู้เชี่ยวชาญ และผู้<br/>ร่วมตอบแบบสอบถามเห็นที่<br/>สอดคล้องกันว่า ชุมชนจะต้องมี</p>  |

ตารางที่ 33 (ต่อ) สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการวิจัยเชิงปริมาณ

| สรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพ<br>ทิศทางการยุทธ์<br>และตัวชี้วัดความสำเร็จ   | สรุปผลวิจัยเชิงปริมาณ  | สรุปผล  |
|---|--|---|
| <p>ความรู้สึที่ดี การบริการจึงเป็นเรื่องที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องให้ความสำคัญ เพราะชุมชนไม่ได้มีบริการที่หรูหราเหมือนโรงแรม แต่ชุมชนจะต้องดึงเอาเสน่ห์ของวิถีชีวิต มาปรับให้เป็นบริการ</p> | <p>ระดับมากที่สุด ทั้งในด้านองค์ความรู้ของชุมชน (Knowledge) เรื่องชุมชนท่องเที่ยวต้องมึงค์ความรู้ในเรื่องการให้บริการ การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ 2 กิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง</p> | <p>ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริการ เพื่อที่จะส่งผลให้ชุมชน เป็นเจ้าบ้านที่ดี ที่สามารถเปิดบ้านรับนักท่องเที่ยว และมีใจบริการ ซึ่งระดับของการบริการไม่ต้องเทียบเท่ากับโรงแรม แต่มุ่งเน้นอัธยาศัยที่ดี ไม่ต้องเสริมเติมแต่งใด ๆ แต่ให้ดูแลนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนดูญาติมิตรที่มาเที่ยวบ้าน ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงตัวตนของคนในชุมชนต้อนรับขับสู้ด้วยไมตรีจิตเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจไม่รู้ลืม</p> |



ภาพที่ 16 สรุปผลการวิจัย

ภาพที่ 16 จากการศึกษาสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชน และรูปของกิจการเพื่อสังคมจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงการบริหารจัดการ เข้าใจถึงทุนชุมชนที่ตนเองมี นำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของชุมชนซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนที่คำนึงถึง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้สร้างแนวทางในการพัฒนาให้กับชุมชนที่ต้องการ ดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม ชุมชนควาจะต้องมีความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องนี้โดยผู้วิจัยได้กำหนดเป็นโมเดล “CHAPS SILK” ซึ่งเปรียบได้เหมือนเส้นไหมที่เป็นเส้นนำทาง ในการดำเนินงานเพื่อให้ชุมชนได้ทบทวนในสิ่งที่จะต้องทำรูปแบบที่จะเป็น ตัวตนที่ชัดเจน และเสริม จุดแข็ง ปิดจุดอ่อนในการดำเนินงาน

ตารางที่ 34 คำสำคัญ นิยามความเกี่ยวข้องและความเห็นของผู้ให้ข้อมูล

| CHAPS SILK MODEL   |  |                            |             |           |
|--|--|----------------------------|-------------|-----------|
| คำสำคัญ  | นิยามความเกี่ยวข้อง  | ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล |             |           |
|  |  | ผู้ให้ข้อมูลหลัก           | Focus Group | แบบสอบถาม |
| C - Community needs<br>ด้านความต้องการของชุมชน                   | ชุมชนต้องมีความต้องการที่จะเป็นหรือมีความต้องการที่จะทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เกิดจากตัวชุมชนเอง            | √                          | √           | √         |
| H – Hostmanship<br>ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี                      | ชุมชนจะต้องเปิดใจ และเต็มใจในการต้อนรับผู้มาเยือน  | √                          | √           | √         |
| A – Accessibility<br>ด้านการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน | ชุมชนต้องเข้าถึงง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่เกินความจำเป็นของชุมชน  | √                          | √           | √         |
| P – participation<br>ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน               | คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ดำเนินกิจกรรม และรับผลประโยชน์ร่วมกัน                             | √                          | √           | √         |
| S - Social Networking<br>ด้านการมีเครือข่าย                      | ชุมชนต้องมีเครือข่าย พันธมิตร เพื่อเชื่อมโยง พัฒนา ช่วยเหลือและแบ่งปันซึ่งกันและกัน                          | √                          | √           | √         |
| S - Sharing economy<br>ด้านเศรษฐกิจแบ่งปัน                       | ภายในชุมชนหรือกลุ่มจะต้องมีการอุดหนุนกันและนำผลผลิตมาต่อยอดกับนักท่องเที่ยว ส่งให้เกิดเศรษฐกิจแบ่งปันในชุมชน | √                          | √           | √         |
| I-Identity of community<br>ด้านอัตลักษณ์ชุมชน                    | ชุมชนจะต้องค้นหา หรือสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนจากทุนชุมชนที่มี  | √                          | √           | √         |

ตารางที่ 34 (ต่อ) คำสำคัญ นิยามความเกี่ยวข้องและความเห็นของผู้ให้ข้อมูล

| CHAPS SILK MODEL                                   |   |                            |             |           |
|--|---|----------------------------|-------------|-----------|
| คำสำคัญ  | นิยามความเกี่ยวข้อง   | ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล |             |           |
|  |   | ผู้ให้ข้อมูลหลัก           | Focus Group | แบบสอบถาม |
| L – Leadership<br>ด้านความเป็นผู้นำ                | ผู้นำชุมชน จะต้องเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์ มีมุมมองในการดำเนินธุรกิจ และมีแนวคิดในการพัฒนา เรียนรู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว      | √                          | √           | √         |
| K-Knowledge Management<br>ด้านการจัดการองค์ความรู้ | ชุมชนต้องมีการบริหารจัดการองค์ความรู้ในทุก ๆ มิติ เพื่อที่จะสืบทอด และนำไปพัฒนาทั้งในเรื่อง ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ตลอดจน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการ | √                          | √           | √         |

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผลการวิจัยได้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สภาพการณ์และทิศทางการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

สภาพการณ์และทิศทางของกิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการจัดการรูปแบบใหม่สำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในปัจจุบัน กิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นรูปแบบการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหา ที่ได้รับความนิยมนจากหลาย ๆ องค์กร หน่วยงาน และบริษัท ที่ต่างให้ความสำคัญและตระหนักถึงสภาพแวดล้อมของสังคมมากขึ้น เน้นความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม องค์กรใหญ่ ๆ นอกจากที่จะทำในเรื่องของ CSR แล้วยังมีการจัดตั้งบริษัทกิจการเพื่อสังคมขึ้นมาเพื่อมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ให้กับสังคม พัฒนาความเป็นอยู่ แก้ไขปัญหาของสังคม ชุมชน ตามแนวทางหรือเป้าประสงค์ที่องค์กรนั้นกำหนด หลายองค์กรนำการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนโดยให้ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ชุมชน แลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เมื่อเริ่มใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจทั้งในเรื่องของการ

ดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเรื่องของกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)

ในปัจจุบันมีการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนกันอย่างมากมาย แต่คนที่เข้าใจการดำเนินงานจริง ๆ มีเพียงผู้นำชุมชน เมื่อชุมชนมีการพัฒนากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดผลกระทบขึ้นทั้งทางบวกและทางลบ เป็นสิ่งที่ต้องมีการบริหารจัดการและสร้างแนวทางป้องกันแก้ไข เพื่อให้ไม่เกิดขึ้นหรือผลกระทบน้อยที่สุดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ด้วยเหตุนี้การที่จะขับเคลื่อนชุมชนได้นั้น คนในชุมชนจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานว่า ทำไมต้องทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่ออะไร ประโยชน์ของการทำท่องเที่ยวโดยชุมชนคืออะไร เพื่อที่จะให้คนในชุมชนเห็นภาพของการดำเนินงานและเห็นเป้าหมายเดียวกัน เมื่อมีความรู้ความเข้าใจ ชุมชนก็สามารถกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวของชุมชนได้ โดยพิจารณาจากสิ่งที่ชุมชนมีรอบตัว เช่น ทุนชุมชน ความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน ทั้งยังได้กลับไปดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

สภาวะการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงมาก ชุมชนจะต้องปรับตัว และรับมือกับการแข่งขันที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถที่จะพาตนเองให้อยู่รอดไปได้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ได้เป็นการท่องเที่ยวกระแสหลัก แต่เป็นการท่องเที่ยวกระแสรองที่มีรูปแบบที่แตกต่าง จึงมีกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเนื่องจากการท่องเที่ยวกระแสหลักมาแล้ว จึงอยากจะทำการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบแตกต่างออกไป ผู้นำเที่ยวหรือบริษัททัวร์ จึงมีการทำแพคเกจทัวร์ท่องเที่ยวชุมชนออกขายให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ โดยเน้นในเรื่องของการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ โดยบริษัทฯ จะมีการติดต่อประสานงานมาทางชุมชนให้จัดทำแพคเกจเพื่อนำไปขาย ซึ่งมีหลายกรณีที่บริษัทฯ เอาเปรียบชุมชน ต่อรองราคาให้อู่กลงและเอาไปบวกกำไรมากขึ้น เพื่อให้บริษัทมีกำไรมากขึ้น แต่ภาระกลับมากตกที่ชุมชน เหตุการณ์แบบนี้เกิดขึ้นบ่อยมาก เมื่อมองกลับไปว่าทำไมถึงเกิดเหตุการณ์นี้ขึ้น สิ่งที่ต้องตอบได้อย่างหนึ่งว่านี่คือกลไกทางธุรกิจ ซื้อมาขายไป ซื้อถูกขายแพง เท่ากับมีกำไรเพิ่ม แต่ถ้าชุมชนสามารถที่จะเปลี่ยนบริษัทฯ จากคู่ค้า เป็นเครือข่ายเป็นพันธมิตรได้ เหตุการณ์แบบนี้อาจจะลดลง เกิดการเอาใจเอารัดเอาเปรียบกันน้อยลง แต่ชุมชนเองก็ต้องมีเครือข่ายพันธมิตรที่เป็นชุมชนด้วยกัน เพราะจะช่วยให้เกิดการเป็นกลุ่มก้อน ส่งให้เกิดอำนาจในการต่อรองทางการค้า สิ่งที่ชุมชนยังขาดและส่งผลให้เสียเปรียบในการค้าขาย คือความรู้เท่าทันในเรื่องธุรกิจ การเจรจาต่อรอง ซึ่งทักษะนี้ในคนรุ่นเก่าอาจจะมึนน้อยมาก ผู้นำชุมชนที่เป็นคนรุ่นเก่าควรจะต้องเปิดทางให้ผู้นำแถวสอง หรือคนรุ่นใหม่ เข้ามามีบทบาทในการช่วยบริหารจัดการในเรื่องนี้ ทักษะแนวคิดการทำธุรกิจของคนรุ่นใหม่มีแนวทางที่ทันสมัย ทันยุค และรู้เท่าทัน เมื่อนำแนวคิดของคนสองรุ่นมารวมกันอาจจะส่งผลให้เกิดแนวทางใหม่ที่ดีกับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ วนัสรา จันทรกมล (2563)



ได้กล่าวไว้ว่า การร่วมมือจากเครือข่ายโดยการให้คำแนะนำ ให้ความรู้ รวมถึง เงินทุนสำหรับดำเนินกิจการเป็นเงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม

ทิศทางของกิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ยังเป็นเรื่องที่ไกลตัวเกินไปสำหรับชุมชน ด้วยสาเหตุหลายประการ อาทิ ความไม่เข้าใจในบริบทของกิจการเพื่อสังคม คนในชุมชนยังไม่เข้าใจสาเหตุของการแบ่งปัน คนในชุมชนยังมีแนวคิดทำมาหากิน คือ ทำเองต้องได้กินเองไม่แบ่งใคร ผู้นำชุมชนท่องเที่ยวยังไม่มีแนวคิดกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ชุมชนจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อรอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้น สาเหตุเหล่านี้ยังคงเป็นข้อจำกัดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะก้าวข้ามผ่านมาเป็นกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนั้นการที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะพัฒนาตนเองให้เป็นกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ต้องเริ่มจากผู้นำที่มีความเข้าใจ และสื่อสาร หรือทำให้คนในชุมชนเห็นว่าทำแบบนี้ได้ประโยชน์อะไร คืออย่างไร ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับ วิมลมาลย์ สวัสดิ์ (2563) ได้กล่าวไว้ว่า เงื่อนไขของความสำเร็จประกอบด้วย การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และอุดมการณ์ในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม การสร้างนวัตกรรมทางสังคมที่เหมาะสม รวมถึงการดึงเอาทุนทางสังคม ทุนทางธรรมชาติ และทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ อันก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับ วุฒิชชาติ สุนทรสมัยและปิยะพร ธรรมชาติ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กร ภาครัฐและเอกชนโดยทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปลายน้ำ ซึ่งทำให้เกิดความเข้มแข็งด้านเครือข่ายและทำให้เกิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชุมชนรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจชุมชน

สรุปได้ว่า สภาพการณ์และทิศทางกิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นต้องเริ่มกลับมาทบทวนพื้นฐานความรู้ความเข้าใจของสิ่งที่จะทำ มองให้เห็นทรัพยากรที่มีอยู่รอบตัว และรู้จักที่จะนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของชุมชน การที่คนในชุมชนรู้และเข้าใจแนวทางการดำเนินงานจะทำให้ชุมชนสามารถที่พัฒนาไปได้อย่างรวดเร็วอย่างก้าวกระโดด และมุ่งเน้นการสร้างเครือข่าย สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพิ่มเติมเสริมแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนสามารถที่จะมีศักยภาพในการแข่งขันได้

2. แนวทางการพัฒนากิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การพัฒนากิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำเป็นต้องมีแนวทางในการพัฒนาผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนากิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การ

ที่ชุมชนจะพัฒนาได้นั้น ชุมชนจะต้องใช้เวลาอย่างมากในการพัฒนาเพราะชุมชนต้องค้นหาแนวทางในการดำเนินงาน ลองถูกลองผิด และอาจจะล้มเลิกในที่สุด การศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นอยากให้เกิดผลในการที่เป็นรูปแบบที่ชุมชนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางต้นแบบในการพัฒนาชุมชน ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการดำเนินงาน สกัดออกมาเป็นองค์ประกอบในการดำเนินงาน และนำองค์ประกอบนี้ไปยืนยันด้วยการสัมภาษณ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันการศึกษาสรุปออกมาเป็นรูปแบบการพัฒนากิจการเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมียุทธศาสตร์อะไรบ้างเพื่อที่จะได้ให้ชุมชนนำไปทบทวนและค้นหาตัวตน รูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน โดยสรุปได้เป็น CHAPS SILK MODEL ประกอบด้วย 9 ด้าน คือ 1) Community needs (ความต้องการของชุมชน) 2) Hostmanship (การเป็นเจ้าบ้านที่ดี) 3) Accessibility (ด้านการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน) 4) Participation (การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน) 5) Social Networking (การมีเครือข่าย) 6) Sharing economy (เศรษฐกิจแบ่งปัน) 7) Identity of community (อัตลักษณ์ชุมชน) 8) Leadership (ความเป็นผู้นำ) 9) Knowledge Management (การจัดการองค์ความรู้) มีรายละเอียดดังนี้

### 1) Community needs (ความต้องการของชุมชน)

การดำเนินงานของชุมชนจะต้องเกิดจากคนในชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นที่จะต้องสอบถามความต้องการของคนในชุมชนในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน และยอมรับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน เพราะถ้าคนในชุมชนไม่เห็นด้วย ไม่อยากทำ ก็จะไม่มีความคล่องในการขับเคลื่อน การท่องเที่ยวโดยชุมชนก็จะไม่เกิด หรือเกิดแต่ก็จะดำเนินงานไม่สำเร็จ สอดคล้องกับคุณลักษณะที่ 1 ของคุณลักษณะของกิจการเพื่อสังคมที่ว่า มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม คือ การที่หน่วยงานมีเป้าหมายในการดำเนินการเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยมีการระบุถึงวัตถุประสงค์ทางสังคม

### 2) Hostmanship (การเป็นเจ้าบ้านที่ดี)

การเป็นเจ้าบ้านที่ดี เกิดจากการที่ชุมชนมีใจรักในการบริการ ยอมที่จะเปิดบ้านรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ดังนั้นการบริการจึงเป็นเรื่องที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องให้ความสำคัญ เพราะชุมชนไม่ได้มีบริการที่หรูหราเหมือนโรงแรม แต่ชุมชนจะต้องดึงเอาเสน่ห์ของวิถีชีวิต มาปรับให้เป็นบริการ ใส่ใจดูแลเหมือนมีญาติสนิทมาเยี่ยมเยียน มีความเต็มใจเปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นเจ้าบ้านที่ดี ไม่ต้องเสริมเพิ่มเติมอะไร แต่ให้กระทำเหมือนนักท่องเที่ยวเป็นญาติสนิท นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชุมชนไม่ได้ต้องการการปรุงแต่ง แต่ต้องการสัมผัสความเป็นตัวตนของคนในชุมชน อธิยาชัยโมตริที่ดีช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562a) ที่ว่าการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นปัจจัยสำคัญใน

การส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะดินแดนใดหากผู้คนให้ความเป็นมิตร ต้อนรับผู้มาเยือนด้วยความตามใจ เอื้ออารี บริการประทับใจ ย่อมทำให้ผู้มาเยือนรู้สึกมีความสุขและเพิ่มรสชาติการท่องเที่ยวของเขาให้สมบูรณ์และน่าประทับใจ

### 3) Accessibility (ด้านการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชนนั้น มีความเข้าใจบริบทชุมชนอยู่แล้วในระดับหนึ่ง แต่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นที่จะต้องมีความสะดวกสบาย ระดับพื้นฐาน เช่น การเข้าถึงที่ง่าย สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ดังนั้นชุมชนจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวจะได้รับโดยที่ไม่ได้ทำให้ชุมชนเองต้องลำบากในการจัดหาหรือเกินความจำเป็นชุมชนต้องมี ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนพัฒนาโดยสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน ร่วมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ (พจนา สวนศรีและสมภพ ยี่จ้อหอ, 2556)

### 4) Participation (การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน)

ประเด็นของการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมาก เนื่องจาก การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะดำเนินงานได้นั้น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นเรื่องสำคัญในการขับเคลื่อน เมื่อคนในชุมชนต่างมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มองเห็นเป้าหมายเดียวกัน ทำหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถ ส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่เป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวว่าหลักการการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ข้อที่ 1 การมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกของชุมชนต้องควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวของชุมชน กำหนดแหล่งทรัพยากรที่ต้องการทำนุบำรุงและส่งเสริม กำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ในการพัฒนาและบริหารจัดการ และปาริฉัตร ศรีหะรัฐ และพรพิมล ข้าเพชร (2561) ได้สรุปว่ากุญแจสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ได้แก่ การมีส่วนร่วมในชุมชน การอนุรักษ์ และการจัดการ ที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติ ลักษณะเป็นการเกื้อหนุนกันระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวกับการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็ง ที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จได้ โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนผ่านการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้ชุมชนได้นาศักยภาพของทรัพยากรทั้ง คน ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นต้น มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และ อมรา วีระวัฒน์ (2560) สรุปความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองมรดกโลกขึ้นอยู่กับการบูรณาการการทำงานของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในส่วนของการบังคับใช้กฎหมายควรมีความยุติธรรมและยืดหยุ่นเหมาะสมแก่บริบทของสถานการณ์ในพื้นที่ และถึงแม้การดำเนินการด้านระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศนั้นมีความสำคัญและจำเป็นต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พื้นที่มรดกโลก ควรมีการอบรม

การใช้งานระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว มีการตรวจสอบข้อมูลที่นำเข้าหรือเผยแพร่ผ่านระบบสารสนเทศ

### 5) Social Networking (การมีเครือข่าย)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะดำเนินงานได้นั้นไม่สามารถที่จะเดินไปคนเดียวได้จำเป็นที่จะต้องมีเพื่อนร่วมเดินทาง เพราะชุมชนเองไม่ได้มีความสามารถหรือมีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ดังนั้น เครือข่ายจึงเป็นส่วนที่ช่วยสนับสนุนซึ่งกันและกัน ช่วยเติมเต็มในส่วนที่ขาดหายไป และช่วยสนับสนุนแบ่งปันทั้งองค์ความรู้ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ช่วยขับเคลื่อนให้ไปสู่เป้าหมายเดียวกัน เมื่อชุมชนมีเครือข่ายและมองเห็นเป้าหมายการพัฒนาที่เหมือนกัน ก็จะส่งผลให้การพัฒนาดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ จริยาวัฒน์ โลหะพุนตระกูล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน การศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดำเนินการโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง สามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชนเรื่องผลผลิตทางการเกษตรได้ เพราะเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ กระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ของภาครัฐที่สร้างความต้องการในการท่องเที่ยวของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น โดยมีปัจจัยภายในคือพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนเกษตรดั้งเดิมแบบยกท้องร่อง ซึ่งเป็นพื้นที่เอกลักษณ์ของภาครัฐมาตั้งแต่ปี 2520 และตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การมีผู้นำอย่างเป็นทางการที่ดำรงตำแหน่งนายก อบต. ทำให้สามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องรวมถึงสามารถขยายผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง เช่น การพัฒนาด้านคมนาคม สาธารณูปโภคต่าง ๆ การรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น และ วุฒิชชาติ สุนทรสมัยและปิยะพร ธรรมชาติ (2559) สรุปว่ากลุ่มชุมชนและตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความสนใจและเข้าใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างดี มีความรู้ด้านสมุนไพรและการบำบัดเพื่อสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กร ภาครัฐและเอกชนโดยทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปลายน้ำ ซึ่งทำให้เกิดความเข้มแข็งด้านเครือข่ายและทำให้เกิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชุมชนรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจชุมชน

## 6) Sharing economy (เศรษฐกิจแบ่งปัน)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น การที่เศรษฐกิจของชุมชนจะดีขึ้นต้องตีมาจากในชุมชน คนในชุมชนต้องรู้จักการแบ่งปัน เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน มีการสนับสนุน ซื้อขาย แลกเปลี่ยนกันในชุมชน เช่น การทำอาหารให้นักท่องเที่ยว ควรมองหาวัตถุดิบที่มีในชุมชน บ้านไหนปลูกอะไร นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน เมื่อชุมชนมีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ก็สามารถที่จะแบ่งปันไปยังชุมชนข้างเคียงหรือชุมชนเครือข่าย ด้วยการสนับสนุนซื้อขายแลกเปลี่ยนในสิ่งที่ภายในชุมชนเราไม่มีหรือมีน้อยเพียงพอต่อการใช้งานก็ให้อุดหนุนชุมชนข้างเคียงส่งให้ชุมชนข้างเคียงเกิดรายได้เช่นกัน เมื่อทุกชุมชนมีแนวคิดแบบเดียวกันก็จะทำให้เกิดเศรษฐกิจแบ่งปันทั้งเครือข่าย ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับ Elkington (1994) ที่ว่าการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ 3 ประการ (Triple Bottom Line) คือ กำไรหรือเศรษฐกิจ คนหรือสังคม และโลกหรือสิ่งแวดล้อม ไปพร้อม ๆ กัน กล่าวคือเป็นการดำเนินงานที่คำนึงถึงผลกำไรหรือผลตอบแทนทางธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็พิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะส่งผลดีในระยะยาว

## 7) Identity of community (อัตลักษณ์ชุมชน)

ด้านอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นด้านที่ต้องให้ความสำคัญเช่นกัน เพราะชุมชนจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ จะเป็นอัตลักษณ์ที่เกิดจากทุนชุมชน หรือเป็นอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ เพื่อให้เกิดการจดจำ ทั้งนี้ชุมชนควรจะต้องค้นหาอัตลักษณ์โดยทบทวนจากทุนชุมชนที่มีอยู่เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ และอนุรักษ์ไว้เพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยาวนาน ทำให้เกิดความยั่งยืนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ของแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ที่ว่าด้วยพื้นฐานความเป็นไทยโดยมุ่งเน้นการเชิดชูอัตลักษณ์ และวัฒนธรรมไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ

## 8) Leadership (ความเป็นผู้นำ)

ผู้ชุมชนว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างมากในการการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะผู้นำชุมชนจะเป็น หัวขบวน ในการนำพาคนในชุมชนไปสู่จุดหมาย โดย ผู้นำชุมชนนั้นจะต้องมีความรู้ความสามารถรอบด้าน อาทิ การบริหารจัดการ การตลาดการทำธุรกิจ การเจรจาต่อรอง การสร้างเครือข่าย เป็นผู้มีความยุติธรรม มีจริยธรรมในการทำงาน เพื่อที่จะนำชุมชนไปเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับกัลยา สว่างคง (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพกลยุทธ์พันธมิตรของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า 1) ประสิทธิภาพการจัดสรรทรัพยากร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงสร้างสรรค์ และ ความสามารถในการวิเคราะห์ความรุนแรงทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อศักยภาพกลยุทธ์พันธมิตร และ วิมลมาลย์ สวัสดิ์ (2563) ได้สรุปเงื่อนไข

ของความสำเร็จประกอบด้วย การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และอุดมการณ์ในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม การสร้างนวัตกรรมทางสังคมที่เหมาะสม รวมถึงการดึงเอาทุนทางสังคม ทุนทางธรรมชาติ และทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ อันก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แนวทางสำคัญในการพัฒนาศักยภาพ คือ ควรจัดวางยุทธศาสตร์การดำเนินงานให้เหมาะสมกับบริบทและลักษณะของกิจการ อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้ดำเนินงานได้ผลและมีประสิทธิภาพ

### 9) Knowledge Management (การจัดการองค์ความรู้)

องค์ความรู้ของชุมชนแต่ละชุมชนมีอยู่มากมายแต่ขาดในเรื่องของการจัดการ ชุมชนควรจะต้องมีการจัดเก็บองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือมีการพัฒนามาเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้องค์ความรู้เหล่านี้ไม่สูญหายไป และสามารถสืบทอดรุ่นต่อรุ่น นำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ สิริ ลภัสลดา ปันสาน (2562) ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่สำคัญของการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ปัจจัยที่สำคัญดังนี้ 1) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน 2) ปัจจัยด้านการสร้างองค์ความรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน 3) ปัจจัยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชน 4) ปัจจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน 5) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการบริษัทประชารัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม

ทั้ง 9 ด้าน เป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยทำให้ชุมชนสามารถที่จะนำไปเป็นแนวทาง ทบทวนว่าชุมชนพร้อมที่จะดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นกิจการเพื่อสังคมหรือไม่ ซึ่งทั้ง 9 ด้านมีส่วนที่สอดคล้องกับ สิริ ลภัสลดา ปันสาน (2562) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม ต้องมีปัจจัยที่สำคัญดังนี้ 1) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน 2) ปัจจัยด้านการสร้างองค์ความรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน 3) ปัจจัยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชน 4) ปัจจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน 5) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการบริษัทประชารัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม และสอดคล้องกับแนวคิดของ วันสรุา จันทร์กมล (2563) โดยกล่าวว่า เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ โดยการวางแผนบริหารจัดการเพื่อนำกลุ่มไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ โดยการสร้างความแตกต่างและหลากหลายให้กับผู้บริโภค 3) การบริหารจัดการที่ดี โดยการดำเนินการตามแบบแผนที่วางไว้ได้อย่างโปร่งใส และสามารถ ตรวจสอบได้ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยที่คนในชุมชนสนับสนุนและให้ความร่วมมือกับการดำเนินการ

หรือกิจกรรมของกลุ่ม 5) การร่วมมือจากเครือข่ายโดยการให้คำแนะนำ ให้ความรู้ รวมถึง เงินทุน สำหรับดำเนินกิจการ 6) ผลสำเร็จจากการประกอบกิจการ

### 3. ระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การศึกษาระดับความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเมินผล และการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน สรุปได้ดังนี้

3.1 ด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านผู้นำชุมชนท่องเที่ยว (Leader) 2) ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation) 3) ด้านองค์ความรู้ของชุมชน (Knowledge) 4) ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน และ 5) ด้านการบริการที่ดี (Services) จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญที่มากที่สุดคือ ด้านผู้นำการท่องเที่ยว (Leader) ผู้นำเป็นผู้ที่มีความสำคัญมากในการนำพาชุมชนให้ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้นำจึงจะต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ที่ดี มองเห็นช่องทางในการดำเนินงาน มีความยุติธรรมโปร่งใสในการทำงาน มีหลักการบริหารจัดการที่ดี เข้าใจบริบทของชุมชนตนเอง ต้องกระจายอำนาจให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และรับผลประโยชน์ร่วมกัน

3.2 ด้านการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม 2) มีความยั่งยืนทางการเงิน 3) มีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) มีการนำรายได้ หรือผลกำไรที่ส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำ และ 5) ดำเนินการอย่างโปร่งใส จากการศึกษาพบว่าระดับความสำคัญที่มากที่สุดคือ มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม เห็นได้ว่าการที่จะดำเนินกิจการเพื่อสังคมได้นั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ชุมชนยังไม่มี ความเข้าใจแนวคิดของกิจการเพื่อสังคม ดังนั้นจำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจในแนวคิดการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมให้ชุมชนเข้าใจหลักการและประโยชน์ที่จะได้รับ เพื่อที่จะได้สามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ

3.3 ด้านทุนชุมชน ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ 1) ทุนมนุษย์ (Human Capital) 2) ทุนสังคม (Social Capital) 3) ทุนกายภาพ (Physical Capital) 4) ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) 5) ทุนการเงิน (Financial Capital) และ 6) ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) จากการศึกษาพบว่าระดับความสำคัญที่มากที่สุดคือ ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) เพราะทุนธรรมชาติถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีการเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีรูปแบบที่แตกต่างกัน ตามพื้นที่ภูมิประเทศ ดังนั้นทุนธรรมชาติจึงเป็นทุนที่ถือว่ามีความได้เปรียบหากชุมชนนั้น ๆ มีทุนธรรมชาติที่ดี สวยงาม เช่น ภูเขา ทะเล ก็จะถือเป็นโอกาสในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว และยังเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนได้อีกด้วย และจากการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าทุนที่มีความสำคัญไม่น้อยกว่าทุนธรรมชาติ คือ ทุนมนุษย์

(Human Capital) การท่องเที่ยวโดยชุมชนขับเคลื่อนได้ ทุนที่สำคัญที่สุดคือ ทุนมนุษย์ เพราะเป็นทุนที่รวบรวม ความรู้ ภูมิปัญญา ความสามารถ มีผู้นำเป็นกลุ่มต่าง ๆ ของคนในชุมชนที่เป็นหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์ที่เป็นฟันเฟืองในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของชุมชน

3.4 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว 3) ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 4) ด้านการบริหารจัดการ 5) ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาพบว่าระดับความสำคัญที่มากที่สุดคือด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เมื่อพูดถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภาพแรกที่คุณร่วมตอบแบบสอบถามมองเห็น คือเรื่องการอนุรักษ์ ดังนั้นเมื่อพูดถึงความยั่งยืนสิ่งที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนได้ก็จะต้องมีการอนุรักษ์ ชุมชนจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรที่มีในชุมชนพิจารณาว่าทรัพยากรใด ที่ใช้แล้วเกิดการเสื่อม หรือหมดไป ชุมชนจะต้องมีวิธีในการที่จะบำรุงรักษาหรือใช้ประโยชน์เท่าที่จำเป็น และหันกลับมาใส่ใจดูแล เพื่อให้ทรัพยากรเหล่านั้นคงอยู่ต่อไป

ระดับความสำคัญทั้ง 4 ด้านทำให้เห็นว่าชุมชนให้ความสำคัญกับ ผู้นำชุมชนที่มีความรู้ความสามารถ ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมให้ตรงตามเป้าหมาย ทุนชุมชนด้านทุนทางธรรมชาติที่เป็นข้อได้เปรียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ไปจนรุ่นลูกหลานได้มีใช้ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ วันสรุภา จันทร์กมล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ โดยการวางแผนบริหารจัดการเพื่อนำกลุ่มไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ และ ปาริฉัตร ศรีหะริญ และพรพิมล ขำเพชร (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน : ทางเลือกใหม่สู่ความยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ได้แก่ การมีส่วนร่วมในชุมชน การอนุรักษ์ และการจัดการที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติ ลักษณะเป็นการเกื้อหนุนกันระหว่างการผลิตทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวกับการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็ง ที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จได้ โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนผ่านการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้ชุมชนได้นาศักยภาพของทรัพยากรทั้ง คน ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นต้น มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสิริ ลภัสลดา ปันสาน (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนของบริษัทประชารัฐรักสามัคคี



วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญคือ ปัจจัยด้านการสร้างองค์ความรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน

#### 4. ความสัมพันธ์กิจการเพื่อสังคมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การศึกษาความสัมพันธ์ว่ากิจการเพื่อสังคมมีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่ส่งผลให้กิจการเพื่อสังคมจำเป็นต้องมีปัจจัยอื่น ๆ มาช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมไปได้ การที่นำการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนดำเนินงานได้ ชุมชนจะต้องรู้จักแข็ง จุดอ่อนของตนเอง รู้ทรัพยากรที่มี รู้จักทุนชุมชน ดังนั้นจะเห็นได้ในหลาย ๆ ชุมชน จะให้ความสำคัญกับการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเป็นจุดเริ่มของการแก้ไขปัญหาของชุมชน สร้างงานสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน เมื่อชุมชนมีความเข้มแข็งการพัฒนาให้เป็นกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงเป็นเรื่องที่ไม่ยาก ประกอบกับแนวทางการดำเนินงานจะต้องคำนึงถึงความยั่งยืน ดังนั้นกิจการเพื่อสังคมจะดำเนินการได้โดยใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือ และมีทุนชุมชนเป็นทรัพยากรในการดำเนินงาน ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในด้าน เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ ปารีฉัตร ศรีหะรัญ และพรพิมล ขำเพชร (2561) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนทางเลือกใหม่สู่ความยั่งยืน กุญแจสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ได้แก่ การมีส่วนร่วมในชุมชน การอนุรักษ์ และการจัดการ ที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติ ลักษณะเป็นการเกื้อหนุนกันระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวกับการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็ง ที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จได้ โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนผ่านการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้ชุมชนได้นาศักยภาพของทรัพยากรทั้ง คน ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นต้น มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรมีการบูรณาการร่วมกันในการสนับสนุนการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้มีเจ้าภาพอย่างชัดเจน เพื่อให้ชุมชนที่มีศักยภาพในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม
2. หน่วยงานภาครัฐควรมีการให้องค์ความรู้ในการดำเนินงาน และสร้างเส้นทางในการดำเนินงานให้กับชุมชน เพื่อให้ชุมชนนำไปปรับใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. หน่วยงานภาครัฐควรมีการสนับสนุนการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ในชุมชนที่มีศักยภาพ เพื่อให้ชุมชนที่มีศักยภาพสามารถดำเนินงานไปได้ตามเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

### ข้อเสนอแนะต่อวิสาหกิจชุมชน

1. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวควรต้องมีความรู้เพิ่มเติม ในเรื่องของการบริหารจัดการสมัยใหม่ การขายและการตลาด รวมไปถึงการก้าวให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
2. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวควรต้องให้ความสำคัญกับทุนชุมชนที่มีอยู่รอบตัว เพื่อที่จะได้นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์ทุนชุมชนที่มี

### ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

1. ควรนำผลที่ได้จากการศึกษานำไปพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อประสิทธิภาพการทำงานของการทำงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้แนวคิดกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดำเนินงานในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อให้ชุมชนมีรูปแบบการดำเนินงานที่สามารถแก้ไขปัญหาของชุมชน
2. ควรศึกษาปัญหาในเชิงลึกของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายของชุมชน เพื่อที่จะได้นำมาแก้ไขจุดอ่อน หรือข้อจำกัดในการดำเนินงานต่อไป

## รายการอ้างอิง

- Akkaraseranee, N. (2012). Threats of creative economy. *Bangkok : Knowledge Management and Development Office. (Public Organization). (in Thai)*, 3.
- Alter, K. (2007). Social Enterprise Typology Virtue Ventures LLC. Retrieved from <http://www.virtueventures.com/setypology.pdf>.
- Choibamroong, T. (2009). *On Roles of The Local Administrations of Thailand in Developing Tourism under The Economic Sufficiency Theory*. [In Thai]. Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- Cohen, J. M. U., Norman T., (1977). Rural Development Participation: Concepts and Measures for Project Design Implementation and Evaluation. Rural Development Monograph *Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University, (January)*.(2).
- Elkington, J. (1994). *Cannibals with Forks : The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. : Oxford: Capstone Publishing.
- Kosol O & Suttawet. (2013). Sustainable Tourism Management for Supporting ASEAN Economics Community [In Thai]. *Journal of Politics and Governance*, 4(September 2013-February 2014), : 220-232.
- Lepoutre J. Justo R. Terjesen S. Bosma N. (2013). *Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: The global entrepreneurship monitor social entrepreneurship study*. Small Business Economics.
- Pitton Thongchin. (2015). *Managing collaboration in community based tourism on Lantaisland, Krabi Province. Business Administration (Tourism Management)*. Songkla University.,
- Puang-ngam, K. (2010). *Community and local self-governance*. Bangkok :: Publishing House. (in Thai).
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences : A solution to the serial reproduction of culture. *Tourism management* (27), 1209–1223.
- Robinson J A Mair J & Hockerts K (Ed). (2009). *International Perspective on Social*

- Entrepreneurship*. London : : Palgrave Macmillan.
- Secretariat of the House of Representatives. (2015). *National Reform Council Special Reform Agenda 1: Social Enterprise. [In Thai]*. . Bangkok : : Author.
- Shirley Eber. (1993). *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism*. WWF : : UK.
- Sitikarn B. & Jaima S. (2010). *Development of Local Authority's Roles in Facilitation Logistics of Community- based Tourism Destinations in Upper Northern Region Thailand. [In Thai]*. Bangkok : : National Research Council of Thailand.
- Sudthanom Tancharoen. (2017). Community Based Tourism Management and Sustainable Tourism Development of Bangkoktaek Community in Samutsongkhram Province. *Journal of International and Thai Tourism*(13), 1-24.
- Swarbrooke J. (1998). *Sustainable Tourism Management*. New York CABI.
- World Tourism Organization. (2005). Understanding Tourism: Basic Glossary. Retrieved from <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>
- Yunus, M. (2007). *Creating a World without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. New York : . Public Affairs.
- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2553). แนวทางการพัฒนาชุมชน. Retrieved from <https://www.gotoknow.org/posts/291443>.
- กรรณิการ์ ชมดี. (2524). การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสารภี ตำบลท่าช้าง อำเภอรินราชารบ จังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา สังคมสงเคราะห์ศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2561. Retrieved from <https://www.mots.go.th/news/category/497>
- กัลยา สว่างคง. (2561). ศักยภาพกลยุทธ์พันธมิตรของธุรกิจนาเที่ยวในประเทศไทย. . (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.,
- กาบแก้ว ปัญญาไทย. (2554). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่เขตเทศบาลตำบลเกาะคา จังหวัดลำปาง. (การค้นคว้าแบบอิสระ รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.,
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). รายงานประจำปี 2540. Retrieved from <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T11520.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562a). การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี. Retrieved from

<https://www.cuhary.com/wp-content/uploads/2019/09/-3.pdf>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562b). รายงานประจำปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. Retrieved from

<https://www.tat.or.th/th/about-tat/annual-report>

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 -2560. Retrieved from <http://mots.go.th/>

จริยวัฒน์ โลหะพุนตระกูล. (2553). การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน. สมุทรปราการ: (อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์), มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. (2527). การระดมประชาชนเพื่อการพัฒนาชนบทในการบริหารงานพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ 13(2), 25-48.

ดำรง ศรีจันทร์. (2554). การมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลสันผีเสื้อ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการจัดการขยะแบบยั่งยืน. (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่). การค้นคว้าแบบอิสระ,

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

ธวัช สิทธิกิจโยธิน. (2543). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลน : ศึกษาเฉพาะกรณีตำบลคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. (สาขาพัฒนาสังคม, บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,

นงเยาว์ หลีพันธุ์. (2547). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำโครงการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี. (วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหิดล.

นรินทร์ จงวุฒิเวณิ. (2527). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนากรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภณการพิมพ์.

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

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปรัชญา เวสารัชช์. (2528). การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปาริฉัตร ศรีหะรัญ และพรพิมล ขำเพชร. (2561). การท่องเที่ยวโดยชุมชน: ทางเลือกใหม่สู่ความยั่งยืน. วารสาร วิทยาลัยดุสิตธานี., 12(3).

พจนา สวนศรี. (2546). คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน = *Community based tourism handbook*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ. (2556). คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่: สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน มหาวิทยาลัยพายัพ.

พจนา สวนศรีและสมภพ ยี่จ่อหอ. (2556). คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน. มหาวิทยาลัยพายัพ, สถาบันการ

ท่องเที่ยวโดยชุมชน: เชียงใหม่.

พระปลัดประพจน์ อยู่สำราญ และรัชฎาพร เกตานนท์. (2561). แนวแห่งธรรม การพัฒนารูปแบบการจัดการทุนทางสังคมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. วารสารปัญญาภิวัฒน์.

พัทธรัตน์ มณีวรรณ. (2554). การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านทาป่าเปา ตำบลทาปลาดุก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา. (สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ.). มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์,

ไพรัตน์ เตชะรินทร์. (2527). นโยบายและกลวิธีกรมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาในปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : โสภการพิมพ์.

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2526). หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ : : ไทยอนุเคราะห์ ไทยการพิมพ์.

รัตนะ บัวสนธิ. (2552). วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันสรา จันทร์กมล. (2563). เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.,

วิภาภรณ์ ชัยรัตน์. (2560). รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน.

Retrieved from [http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc\\_pr/ndc\\_2559-](http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2559-)

[2560/wpa\\_8229.html](http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2559-2560/wpa_8229.html)

วิมลมาลย์ สวัสดิ์. (2563). การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วีระพล ทองมา. (2547). การท่องเที่ยวโดยชุมชน (*Community Based Tourism : CBT*) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ตีนป่าไม้. คณะพัฒนาการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัยและปิยะพร ธรรมชาติ. (2559). รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรีเพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน. วารสารสมาคมนักวิจัย, 21(3).

สำนักงานจังหวัดกระบี่. (2560). หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน. Retrieved from

[www.krabi.go.th/krabi2015/m\\_file/lifetravel/25.pdf](http://www.krabi.go.th/krabi2015/m_file/lifetravel/25.pdf)

สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570). Retrieved from

<https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=plan13>

สิริ ลภัสลดา ปันสาน. (2562). รูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด วารสาร มจร. สังคมศาสตร์.ปริทรรศน์, ปีที่ 8 (ฉบับที่ 3), 233 - 243.

สุจินต์ ดาววีระกุล. (2537). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาหมู่บ้าน. (วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต ). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.,

สุรางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 8 ed.). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

อคิน รพีรัตน์. (2527). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรม ไทย การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ : : ศักดิ์โสภณการพิมพ์.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2553). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างชุมชนแห่งความสุข. Retrieved from <https://www.dasta.or.th/th#>

อมรา วีระวัฒน์. (2560). รูปแบบและกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต, ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.,





ภาคผนวก





ภาคผนวก ก.

แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง

รูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลที่ได้เพื่อการวิจัยเท่านั้นและนำเสนอในภาพรวมโดยไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด

หากมีข้อสงสัยประการใดสามารถติดต่อผู้วิจัย นายศิริวิชญ์ สุประดิษฐ์ ได้ที่เบอร์โทร 065-535-6255

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

\*\*\*\*\*

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานโดยใช้ทุนชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งแบบสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก (2) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จของการดำเนินกิจการธุรกิจเพื่อสังคม (3) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำทุนชุมชนมาพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (4) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (5) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก**

1. ชื่อ..... นามสกุล.....
2. ชุมชน.....
3. ตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ ในการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....
4. ประสบการณ์ในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....

## ตอนที่ 2 จุดเริ่มต้นของการทำห้องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของการดำเนินกิจการธุรกิจเพื่อสังคม

- รูปแบบของการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมของที่ท่านดำเนินกิจการอยู่เป็นอย่างไร และทำไมถึงเลือกที่จะดำเนินกิจการเพื่อสังคม
- กิจการเพื่อสังคมมีผลดี และประโยชน์อย่างไรกับชุมชน
- ท่านมีแนวทางในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมควรมีคุณสมบัติด้านใดและประกอบด้วยปัจจัยอะไรบ้าง ดังนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) : กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนกิจการเพื่อสังคมของท่าน คือ อะไร?

- ท่านมีกลยุทธ์อย่างไรในขับเคลื่อนกิจการเพื่อสังคมให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
- ท่านมีวิธีการที่จะรับมือกับแรงกดดันในการแข่งขันที่เกิดขึ้นในปัจจุบันอย่างไร
- ท่านมีกลยุทธ์การจัดการหรือรับมือกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปได้ อย่งไร
- ท่านมีกลยุทธ์ที่ช่วยปรับปรุงเกี่ยวกับปัญหาด้านสภาพแวดล้อมอย่างไร

2. โครงสร้าง (Structure) : รูปแบบโครงสร้างการดำเนินกิจการเพื่อสังคมเป็นอย่างไร

- ท่านแบ่งกลุ่มงาน/ทีมงาน ออกเป็นอย่างไร
- ลำดับชั้นของโครงสร้างองค์กร เป็นแบบไหน
- มีการประสานงานภายใน หรือกับหน่วยงานต่างๆภายนอก ในเรื่องของกิจกรรม อย่งไร
- มีวิธีการจัดระเบียบสมาชิกภายใน หรือในกลุ่ม อย่งไร
- มีกระบวนการตัดสินใจและการควบคุมเป็นแบบกระจายอำนาจ หรือ เป็นแบบรวมศูนย์อำนาจที่ส่วนกลาง เพราะอะไร
- อะไรคือสิ่งที่ท่านควรจะต้องทำหรือดำเนินการให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม
- ประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารภายในชุมชนเป็นอย่างไร มีระบบหรือวิธีการที่ชัดเจนหรือไม่

3. ระบบ (Systems) : กระบวนการ ขั้นตอน ระบบในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมขององค์กร เป็นอย่างไร

- ระบบหลักที่ใช้ทำงาน มีอะไรบ้าง? มีการพิจารณาผลประโยชน์ และระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลรวมทั้งการสื่อสาร และการจัดเก็บให้เป็นระบบหรือไม่
- มีระบบที่จะใช้ควบคุมหรือไม่ วิธีการที่ใช้ตรวจสอบและประเมินผล เป็นอย่างไร
- กฎระเบียบการควบคุมภายในและกระบวนการที่ใช้เพื่อให้เกิดการติดตาม คืออะไร

4. ค่านิยมร่วมกัน (Shared Values) : ค่านิยมในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมขององค์กร เป็นอย่างไร

- ค่านิยมหลักที่ยอมรับร่วมกันในการดำเนินกิจการเพื่อสังคม มีอะไรบ้าง
- วัฒนธรรมขององค์กร หรือทีมงานคืออะไร
- อะไร คือ วิธีการที่จะทำให้ค่านิยมแข็งแกร่ง
- อะไร คือ ค่านิยมพื้นฐาน สร้างร่วมกัน

5. รูปแบบ (Style) : การสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจการเพื่อสังคม เป็นอย่างไร

- วิธีการมีส่วนร่วมในการจัดการ และลักษณะความเป็นผู้นำคืออะไร
- มีวิธีการที่มีประสิทธิภาพ และความเป็นผู้นำของผู้บริหาร หรือไม่
- สมาชิก ทีมงาน คนในองค์กร มีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันหรือไม่
- สมาชิก ทีมงาน คนที่ทำงานจริงๆ พวกเขาเป็นเพียงคนกลุ่มน้อยในชุมชน หรือไม่

6. บุคลากร (Staff) : คุณสมบัติของบุคลากรควรเป็นอย่างไร

- สิ่งใดคือ สิ่งที่ระบุตำแหน่ง หรือความเชี่ยวชาญพิเศษของ สมาชิก ทีมงาน หรือคนที่ทำงาน
- อะไรเป็นตัวระบุตำแหน่งที่จำเป็นขององค์กร
- มีช่องว่างของความต้องการด้านคุณสมบัติของสมาชิก ทีมงาน หรือคนที่ทำงานที่จำเป็น หรือไม่

### 7. ทักษะ (Skills) : ทักษะความชำนาญของคนในองค์กรควรเป็นอย่างไร

- อะไรคือ ทักษะที่แข็งแกร่งที่แสดงทักษะความชำนาญของสมาชิก ทีมงาน หรือคนที่ทำงาน
- มีสมาชิก ทีมงาน หรือคนที่ทำงานที่ขาดทักษะความชำนาญ ในเรื่อง
- ทักษะของของสมาชิก ทีมงาน หรือคนที่ทำงานที่รู้จักกันดี และเป็นที่ยอมรับว่าดี คือ อะไร
- ของสมาชิก ทีมงาน หรือคนที่ทำงานในปัจจุบันมีความสามารถในการดำเนินกิจการเพื่อสังคม มากน้อยเพียงใด
- ทักษะและวิธีการติดตาม ประเมินผล เป็นอย่างไร

### ตอนที่ 3 ทุนชุมชน ทุนทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นจุดเด่นของชุมชน

- ทุนชุมชนในความเข้าใจของท่านเป็นอย่างไร (ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนการเงิน และทุนวัฒนธรรม)
- ท่านคิดว่าทุนชุมชนทั้ง 6 ด้าน มีความสำคัญอย่างไรในการ
- ทุนชุมชนที่โดดเด่นของชุมชนท่านคือด้านใด เพราะอะไรถึงคิดว่าโดดเด่น
- ท่านนำทุนชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร

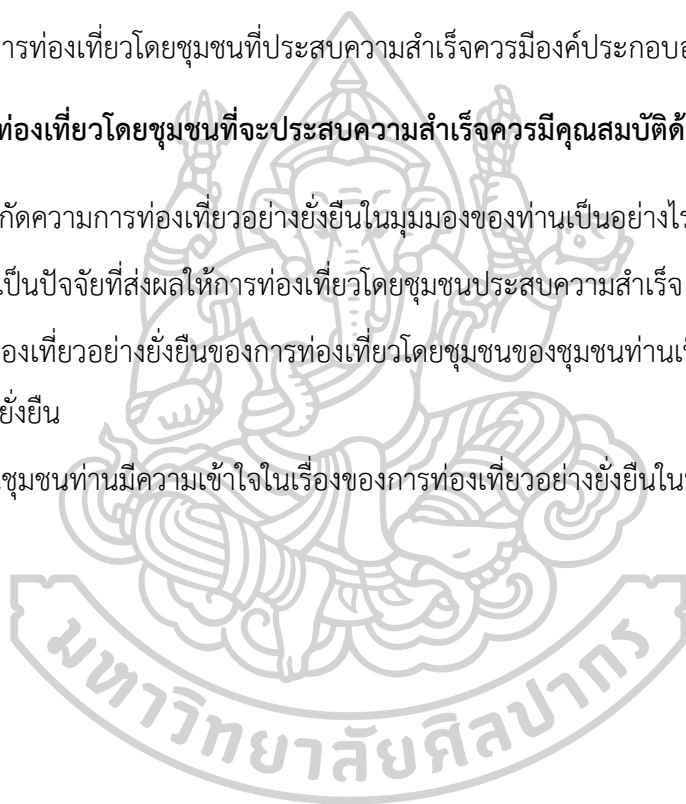
### ตอนที่ 4 แนวทางในการรับมือกับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร

1. ที่มาของแนวคิดริเริ่มการดำเนินงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนของท่าน
2. แนวทาง/วิธีการปรับตัว หรือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต่อการเปลี่ยนแปลงจากในปัจจุบันอย่างไร
  - นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของท่านอย่างไร
  - อะไรเป็นอุปสรรคที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนของท่านต้องเผชิญในภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน
  - ผลกระทบจากการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เกิดขึ้นกับชุมชนของท่าน

- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางสังคม การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนเมือง กิจกรรมท้องถิ่น ส่งผลต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนของท่านอย่างไร
  - การพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมส่งผลต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนของท่านอย่างไร
  - ฤดูกาล สภาพอากาศ ส่งผลต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนของท่านอย่างไร
3. อะไรคือจุดเด่นของ การท่องเที่ยวโดยชุมชนของท่านที่ได้โดดเด่นกว่าที่อื่น
4. อะไรที่ท่านคิดว่าจะต้องเร่งดำเนินการให้เป็นรูปธรรมให้เร็วที่สุด
5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จควรมีองค์ประกอบอย่างไรบ้าง

#### ตอนที่ 5 การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

- คำจำกัดความการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมุมมองของท่านเป็นอย่างไร
- อะไรเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ
- การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนท่านเป็นอย่างไร /ทำอย่างไร ถึงจะยั่งยืน
- คนในชุมชนท่านมีความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทิศทางใด





ภาคผนวก ข.  
แบบสอบถาม



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ของการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านทุนชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- คำอธิบาย
1. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านทุนชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
  2. แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้
    - ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
    - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน
    - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลด้านการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)
    - ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลด้านทุนชุมชน
    - ส่วนที่ 5 แบบสอบถามข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
  3. แบบสอบถามฉบับนี้ใช้สำหรับการศึกษาวิจัยเท่านั้น การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีการกระทบต่อท่านแต่อย่างใด แต่จะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน



### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง ที่ตรงกับคำตอบตามความเป็นจริง (เพียงคำตอบเดียว)

1. เพศ  ชาย  หญิง  อื่นๆ
2. อายุ  15-25 ปี  26-35 ปี  36-45 ปี  
 45-55 ปี  56-65 ปี  65 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา  ประถม  มัธยมต้น  มัธยมปลาย/ปวช.  
 อนุปริญญา  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  
 ปริญญาตรีเอก  อื่นๆ ระบุ.....
4. ตำแหน่ง  ผู้นำชุมชนท้องถิ่น  
 สมาชิกกลุ่มการท้องถิ่นโดยชุมชน  
 อื่นๆ ระบุ.....

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบ ดังนี้

ระดับ 5=มากที่สุด ระดับ 4=มาก ระดับ 3=ปานกลาง ระดับ 2=น้อย ระดับ 1=น้อยที่สุด

### ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านองค์ประกอบการท้องถิ่นโดยชุมชน

| องค์ประกอบการท้องถิ่นโดยชุมชน  | ระดับความสำคัญขององค์ประกอบ |   |   |   |   |
|--|-----------------------------|---|---|---|---|
|  | 5                           | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <b>ผู้นำชุมชนท้องถิ่น (Leader)</b>   |                             |   |   |   |   |
| 1. ผู้นำชุมชนต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน                                     |                             |   |   |   |   |
| 2. ผู้นำชุมชนต้องมีเครือข่าย   |                             |   |   |   |   |
| 3. ผู้นำชุมชนต้องเป็นตัวอย่างที่ดี   |                             |   |   |   |   |
| 4. ผู้นำชุมชนต้องมีความยุติธรรม  |                             |   |   |   |   |
| <b>การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation)</b>                           |                             |   |   |   |   |
| 1. คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว |                             |   |   |   |   |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| 2. คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ และรับผิดชอบในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน                            |  |  |  |  |  |
| 3. คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดรูปแบบ และดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวภายในชุมชน                                       |  |  |  |  |  |
| <b>องค์ความรู้ของชุมชน (Knowledge)</b>  |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน                                    |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการให้บริการ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี  |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนท่องเที่ยวต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้มาเยี่ยมชม                                 |  |  |  |  |  |
| <b>รูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน</b>  |  |  |  |  |  |
| 1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) |  |  |  |  |  |
| 2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบ Low Carbon Destination (Green tourism)  |  |  |  |  |  |
| 3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีรูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cultural Tourism)                             |  |  |  |  |  |
| <b>การบริการที่ดี (Services)</b>  |  |  |  |  |  |
| 1. การบริการที่มีคนในชุมชนเป็นผู้ให้บริการ  |  |  |  |  |  |
| 2. การบริการมีรูปแบบเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์  |  |  |  |  |  |
| 3. การบริการที่สัมผัสได้ เหมือนดังคนในบ้าน  |  |  |  |  |  |

### ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลด้านการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)

| ข้อมูลด้านการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)      | ระดับความสำคัญขององค์ประกอบ |   |   |   |   |
|---|-----------------------------|---|---|---|---|
|   | 5                           | 4 | 3 | 2 | 1 |
| มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางสังคม                               |                             |   |   |   |   |
| 1. ชุมชนมีวิสัยทัศน์ พันธกิจในการดำเนินงานอย่างชัดเจน           |                             |   |   |   |   |
| 2. ชุมชนมีข้อกำหนดในการจำหน่ายสินค้าที่เป็นสินค้าสุขภาพ         |                             |   |   |   |   |
| 3. ชุมชนมีข้อกำหนดในการบริการที่เป็นบริการเพื่อประโยชน์ทางสังคม |                             |   |   |   |   |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| มีความยั่งยืนทางการเงิน  |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนมีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าสุขภาพ  |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนมีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจบริการ   |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนมีรายได้จากช่องทางอื่นๆ (หลายช่องทาง)  |  |  |  |  |  |
| มีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม  |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนมีการจัดการค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม  |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนมีกระบวนการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม   |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนมีกระบวนการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม  |  |  |  |  |  |
| มีการนำรายได้ หรือผลกำไรที่ส่วนหนึ่งไปลงทุนซ้ำ   |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนมีการนำรายได้จากการขายสินค้าหรือจากการบริการไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายกิจการ  |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนมีการนำรายได้จากการขายสินค้าและการบริการ ไปหักต้นทุนการดำเนินงาน เช่น ค่าต้นทุนสินค้า เงินเดือน                |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนมีการนำรายได้จากการขายสินค้าและการบริการ ไปเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ หรือปันผลให้ผู้ถือหุ้น |  |  |  |  |  |
| ดำเนินการอย่างโปร่งใส  |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนมีการดำเนินงานกิจกรรมที่สามารถติดตามประเมินผลได้   |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนมีการดำเนินงานด้านการเงินที่สามารถตรวจสอบได้   |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน  |  |  |  |  |  |

#### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลด้านทุนชุมชน

| ข้อมูลด้านทุนชุมชน   | ระดับความสำคัญขององค์ประกอบ |   |   |   |   |
|--|-----------------------------|---|---|---|---|
|  | 5                           | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ทุนมนุษย์ (Human Capital)  |                             |   |   |   |   |
| 1. ชุมชนควรต้องมีผู้ที่มีองค์ความรู้ เช่น ปรชาญชาวบ้าน             |                             |   |   |   |   |
| 2. ชุมชนควรต้องมีผู้นำของกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ |                             |   |   |   |   |
| 3. ชุมชนควรต้องมีผู้นำที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ               |                             |   |   |   |   |
| ทุนสังคม (Social Capital)  |                             |   |   |   |   |
| 1. คนในชุมชนควรจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน หรือกิจกรรม          |                             |   |   |   |   |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| 2. ชุมชนควรจะต้องมีเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน       |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนควรจะต้องมีวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดมายาวนาน       |  |  |  |  |  |
| ทุนกายภาพ (Physical Capital)                              |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนควรต้องมีระบบสื่อสาร และคมนาคมที่ดี               |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนควรต้องมีระบบพลังงานที่เพียงพอ                    |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนควรต้องมีสิ่งปลูกสร้าง โบราณสถาน โบราณวัตถุ       |  |  |  |  |  |
| ทุนธรรมชาติ (Natural Capital)                             |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนควรต้องมีสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนควรต้องมีแหล่งประกอบอาชีพตามธรรมชาติ              |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนควรต้องมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม                  |  |  |  |  |  |
| ทุนการเงิน (Financial Capital)                            |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนควรต้องมีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์                 |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนควรต้องมีค่าตอบแทนจากการร่วมดำเนินงานหรือกิจกรรม  |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนควรต้องมีกองทุนในการดำเนินงานหรือกิจกรรม          |  |  |  |  |  |
| ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)                            |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนควรต้องมีมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา            |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนควรยังคงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม                      |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนควรจะมีการสืบสานศิลปะแขนงต่างๆ                    |  |  |  |  |  |

### ส่วนที่ 5 แบบสอบถามข้อมูลด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

| ข้อมูลข้อมูลด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน           | ระดับความสำคัญขององค์ประกอบ |   |   |   |   |
|---|-----------------------------|---|---|---|---|
|   | 5                           | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ด้านพื้นที่   |                             |   |   |   |   |
| 1. สภาพแวดล้อมของชุมชนในปัจจุบันมีความอุดมสมบูรณ์           |                             |   |   |   |   |
| 2. ความสะดวกสบายในการเข้าถึงชุมชน                           |                             |   |   |   |   |
| 3. ชุมชนมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน      |                             |   |   |   |   |
| ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว                                       |                             |   |   |   |   |
| 1. รูปแบบกิจกรรมของชุมชนมีผลต่อกระทบต่อสภาพแวดล้อม          |                             |   |   |   |   |
| 2. รูปแบบของกิจกรรมมีการสอดแทรกองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น |                             |   |   |   |   |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| 3. กิจกรรมช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์                          |  |  |  |  |  |
| ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน  |  |  |  |  |  |
| 1. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว  |  |  |  |  |  |
| 2. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุง และส่งเสริมแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน                   |  |  |  |  |  |
| 3. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดก วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนที่สืบทอดกันมา                   |  |  |  |  |  |
| ด้านการบริหารจัดการ  |  |  |  |  |  |
| 1. การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงาน มีรายได้เพิ่มขึ้น  |  |  |  |  |  |
| 2. คนในชุมชนควรต้องได้รับการพัฒนาความรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยว                                 |  |  |  |  |  |
| 3. มีการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เท่าเทียมกันในชุมชน                                   |  |  |  |  |  |
| ด้านการอนุรักษ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อม  |  |  |  |  |  |
| 1. ชุมชนให้ความสำคัญและดำเนินการ เกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ของชุมชน    |  |  |  |  |  |
| 2. ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน                          |  |  |  |  |  |
| 3. ชุมชนมีแนวทางกฎระเบียบ ข้อบังคับ ในการอนุรักษ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่มีความชัดเจน |  |  |  |  |  |

## ประวัติผู้เขียน

|                   |   |
|-------------------|---|
| ชื่อ-สกุล         | นายศิริวิชญ์ สุประดิษฐ์   |
| วัน เดือน ปี เกิด | 13 ตุลาคม 2520  |
| สถานที่เกิด       | กรุงเทพมหานคร   |
| ที่อยู่ปัจจุบัน   | 100/225 (5) ซอยนักกีฬาแหลมทอง4 แยก1-1 ถ.กรุงเทพกรีฑา<br>แขวงทับช้าง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10250 |

