



รายงานการวิจัย

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ
บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน
เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จังหวัดเพชรบูรณ์

Developing the potential of community-based tourism
along the waterways on a historic base Local identity
culture of the community by The Northern Rajabhat
University Network Phetchabun Province.

สุวัฒน์ อินทรประไพ

ธีรภัทร ดีเฒ

อภิรักษ์ ทะสุนทร

เกื้อกุล พิมพ์ดี

บรรจง สุรินทร์

มณีนุช เกตุแพ่ง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2564

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ
บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน
เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จังหวัดเพชรบูรณ์

Developing the potential of community-based tourism
along the waterways on a historic base Local identity
culture of the community by The Northern Rajabhat
University Network. Phetchabun Province.

สุวัฒน์ อินทรประไพ

ธีรภัทร ดีเอม

อภิรักษ์ สุนทร

เกื้อกุล พิมพ์ดี

บรรจง สุรินทร์

มณีนุช เกตุแพ่ง

ทุนอุดหนุนงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผ่านการพิจารณาโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
โครงการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างองค์ความรู้พื้นฐานของประเทศ
ประจำปีงบประมาณ 2564

ชื่องานวิจัย	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เครือข่าย มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จังหวัดเพชรบูรณ์
ชื่อผู้วิจัย	นายสุวัฒน์ อินทรประไพ และคณะ
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ปีเสรีจวิจย 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
สู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในชุมชนไทหล่มและชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 2) เพื่อ
พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของ
ชุมชนไทหล่มและชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และ 3) เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชน
ต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืนของมหาวิทยาลัยราช
ภัฏเพชรบูรณ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาประกอบไปด้วยผู้นำชุมชน ประธานกลุ่ม/ชมรมที่เกี่ยวข้อง
กับการท่องเที่ยวปราชญ์ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนประชาชนขนาดของกลุ่มตัวอย่างวิจัย
จำนวน 400 คน ใช้วิธีคัดเลือกตามตารางสุตรเครซี่และมอร์แกน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้
1) แบบสอบถามข้อมูล based line data 2) แบบสอบถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 3) แบบสัมภาษณ์
4) แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) 5) ข้อมูลการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรอง
มาตรฐาน (มผช.) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า
1) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ
53.3 เพศชาย จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใน
การท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 36.0 ได้รับข้อมูล
เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเฟสบุ๊ค (Facebook) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.0 ให้ความ
สนใจและต้องการเข้าร่วมกับกิจกรรมงานทอผ้า เขียนลายผ้า มัดย้อม คิดเป็นร้อยละ 16.5 ผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 75.5 ให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัยด้านสุขอนามัยระหว่าง
การท่องเที่ยวท่ามกลางการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คิดเป็นร้อยละ 23.8

ผล based line data หลังสิ้นสุดโครงการ ดังนี้ มีชุมชนเป้าหมาย จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็น
ร้อยละ 10 ได้นำความรู้จากโครงการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยมีแผนธุรกิจ

(ข)

ได้จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจของชุมชนบ้านหวาย มีแหล่งเรียนรู้ที่มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน จำนวน 6 แห่ง มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้รับมาตรฐานการรับรองจาก มผช. แล้ว มีโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 1 หลัง มีของที่ระลึกที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 4 ชิ้น มีนักการตลาดที่มีศักยภาพในการสื่อสารทางการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน และมีนักสื่อความหมายในชุมชนที่มีศักยภาพในการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน จำนวน 3 คน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีสายน้ำ ประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ท้องถิ่น

Title	Developing the potential of community-based tourism along the waterways on a historic base Local identity culture of the community by The Northern Rajabhat University Network Phetchabun Province.
Author	Suwat Intarapapai
Program	Public Administration Phetchabun Rajabhat University Published Year 2020

Abstract

The current study aimed 1) to construct and develop community-based tourism marketing channels to entice numerous target tourists to visit the Tai Lom communities and other Phetchabun Rajabhat University-researched communities, 2) to produce community-based tourism goods that are affordable, creative, and valuable, based on the identities of Tai Lom communities and other Phetchabun Rajabhat University-researched communities, and 3) to expand the community's potential as a model for community-based tourism management and Phetchabun Rajabhat University's sustainable development network.

The study's population included community leaders, tourism group chairmen, local sages, and representatives from community enterprises. The sample size was 400 participants, according to the Krejcie and Morgan table. Furthermore, the study's instruments included 1) baseline data, 2) a questionnaire of tourists' travel behaviors, 3) an interview, 4) a focus group, and 5) certified community product upgrading information. Meanwhile, the data was analyzed using percentages, mean values, and standard deviation. The findings revealed that: 1) the majority of respondents were female, 213 or 53.3 percent, with 187 or 46.7 percent being male. The majority of respondents intended to go for leisure to community-based tourism destinations (36 percent). Facebook was the top source of community-based tourism information (52 percent). Weaving, cloth pattern design, and tie-dyeing were the most interesting and

engaging activities (16.5 percent). The majority of responders said the COVID-19 epidemic had an impact on their travel plans (75.5 percent). It was critical to maintain cleanliness and hygiene while travelling during the COVID-19 epidemic (23.8 percent).

After the research project completed, the outcomes of based line data were as follows: One target community, or 10%, had applied research project information to tourism management with a business plan, the Ban Wai Community Enterprise Group was established, six communities had learning centers with tourism management potential, four creative community-based tourism products were certified by the Thai Industrial Standards Institute (TISI), one standard homestay was certified, four souvenirs were certified, two marketers were potential in tourism communication, and Three community communicators had the potential to tell the story of the community.

Keywords : Community-based tourism, River Way of Life, History, Local Identity

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยคำแนะนำต่างๆ จากคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และความร่วมมือช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลายฝ่ายที่สละเวลาให้คำแนะนำคำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ศรีเรืองฤทธิ์ อธิการบดี และรองศาสตราจารย์ธรรมนูญชาติ วันแต่ง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาเป็นอย่างสูง ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำปรึกษาแนะนำให้แก่ผู้วิจัย ซึ่งทำให้งานวิจัยประสบความสำเร็จด้วยดี ขอขอบพระคุณนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหวาย กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและชาวบ้านในพื้นที่ทั้งตำบลบ้านหวาย รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่ได้เอื้อเฟื้อให้ข้อมูลการวิจัย ขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือทั้ง 8 แห่ง ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช หัวหน้าโครงการ ที่ได้คำแนะนำและความสะดวกด้านข้อมูลการวิจัยในระดับภาคีเครือข่ายและ ซึ่งเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษา มา ณ ที่นี้ด้วย

สุวัฒน์ อินทรประไพ

1 เมษายน 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(ค)
กิตติกรรมประกาศ.....	(จ)
สารบัญ.....	(ฉ)
สารบัญภาพ.....	(ซ)
สารบัญตาราง.....	(ณ)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.5 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	8
1.6 ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	10
2.2 มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	15
2.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism).....	16
2.4 การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์.....	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	32
3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	32
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	40
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล based line data.....	40
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	46
4.3 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม.....	69
4.4 ข้อมูลการรับรองมาตรฐาน (มผช.).....	73
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	92
5.2 อภิปรายผล.....	95
5.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....	101
บรรณานุกรม.....	102
ภาคผนวก.....	104
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	105
ภาคผนวก ข ภาพถ่ายเกี่ยวกับชุมชนบ้านหวาย.....	115
ภาคผนวก ค ภาพสัมภาษณ์งานวิจัย.....	119

(ซ)

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
2.1 แนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	14
2.2 ผลการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจทั้ง 3 ด้าน.....	19
2.3 เครื่องหมาย มผช.....	21
2.4 เครื่องหมาย QTQP.....	20
2.5 การวิเคราะห์ (problem tree) ระดับภูมิภาค.....	25
2.6 การวิเคราะห์ปัญหาระดับภูมิภาคของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ.....	26
3.1 ระบบการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของการวิจัย.....	33

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ ด้วยมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง.....	34
3.2 แผนปฏิบัติการในการเชื่อมโยงองค์ความรู้และการถอดบทเรียนสู่แนวปฏิบัติ.....	36
4.1 แบบจัดเก็บข้อมูลพื้นฐาน (Base line data).....	40
4.2 เพศ.....	46
4.3 อายุ.....	47
4.4 ระดับการศึกษา.....	47
4.5 อาชีพ.....	48
4.6 รายได้.....	48
4.7 ท่านมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสิ่งใด.....	49
4.8 ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากช่องทางใด.....	50
4.9 ในการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือที่พักท่านใช้ช่องทางใด ในการติดต่อประสานงานเป็นหลัก.....	51
4.10 การเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนท่าน มักเดินทางไปในฤดูกาลใด.....	51
4.11 รูปแบบโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ท่านมักใช้สำหรับการท่องเที่ยว.....	52
4.12 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับชุมชน.....	52
4.13 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว.....	53
4.14 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	53
4.15 ท่านมักใช้วันใดสำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยว.....	54
4.16 ค่าใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยวต่อครั้งท่านเสียค่าใช้จ่ายประมาณเท่าใด.....	54
4.17 ความคาดหวังต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่านในแต่ละครั้งเป็นอย่างไร.....	55
4.18 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวของท่านหรือไม่.....	55
4.19 ระหว่างการท่องเที่ยวท่ามกลางการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องใดเป็นสำคัญ.....	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 ท่านอยากให้แหล่งท่องเที่ยว (สถานที่ ข้อมูล) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน.....	56
4.21 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ที่พัก) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน.....	57
4.22 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ร้านอาหาร) ทำอย่างไร เพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน.....	58
4.23 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (การขนส่งสาธารณะ/ยานพาหนะ) ทำอย่างไร เพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน.....	58
4.24 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ห้างสรรพสินค้า) ทำอย่างไร เพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน.....	59
4.25 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) ทำอย่างไร เพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน.....	60
4.26 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (การจัดกิจกรรมการประชุม/โรงละคร/โรงแรมหรู) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน.....	60
4.27 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ) ทำอย่างไรเพื่อสร้าง เพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน.....	61
4.28 ปัจจัยด้านการตลาดบริการของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	62
4.29 ด้านสถานที่.....	62
4.30 ด้านผลิตภัณฑ์.....	63
4.31 ด้านราคา.....	64
4.32 ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	64
4.33 ด้านกระบวนการ.....	65
4.34 ด้านบุคลากร.....	65
4.35 ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	66
4.36 ด้านความเป็นของแท้ดั้งเดิม.....	67
4.37 ด้านความพึงพอใจ.....	67
4.38 แสดงผลผลิตที่เกิดขึ้น พื้นที่ชุมชนบ้านห้วย ตำบลบ้านห้วย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์.....	84

(ฎ)

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.39 รายงานผลผลิตตามเป้าหมายที่กำหนด พื้นที่ชุมชนบ้านหวาย ตำบลบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์.....	90

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับจุลภาคและระดับมหภาคนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยการพัฒนาเชิงโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาด้านสังคม การพัฒนาด้านทรัพยากรต่างๆ ภายในประเทศเพื่อให้เกิดพลวัตของการพัฒนา รวมทั้งการพัฒนาภูมิสังคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ดังนั้นในการพัฒนาประเทศเพื่อให้เกิดการแข่งขันได้กับนานาประเทศ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาภูมิสังคมและสิ่งแวดล้อมทางสังคมของประเทศอย่างเชื่อมโยงและต่อเนื่องซึ่งกันและกัน เช่นเดียวกับการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของประเทศผ่านการลงทุนและการส่งเสริมในอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างสรรค์เศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจมวลรวมของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อประเทศในการส่งเสริมและสร้างศักยภาพในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำทรัพยากรในพื้นที่หรือในประเทศมาเป็นจุดดึงดูดเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทั้งภายในและประเทศและการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศให้เพื่อที่จะสร้างรายได้จากการประกอบการต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากมาตรการต่างๆ ในช่วงที่ผ่านมาที่รัฐบาลได้ออกมาตรการเพื่อการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งโอกาสจากการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงและสร้างเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้เกิดการกระจายรายได้ ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความสุขที่ยั่งยืนให้ทุกคนไทย (นิชาภัทร สุรวุฒนานนท์, 2562, ออนไลน์)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากระดับนโยบายทั้งในระดับประเทศ และระดับชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นมีลักษณะมิติของการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่หลากหลายและสามารถเชื่อมโยงมิติทางสังคม เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม ศิลปะและวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน พร้อมทั้งยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน พัฒนาชุมชน สามารถสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดขึ้นแก่ชุมชน ประกอบกับนักท่องเที่ยว ยังให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น (พจนา สวนศรี, 2560, ออนไลน์) ซึ่งความน่าสนใจของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นเกิดจากการที่ชุมชนเกิดแนวคิดในการสร้างสรรค์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงเอาทรัพยากรในชุมชน วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ และองค์ประกอบทางสังคมในชุมชนและท้องถิ่นมาจัดการเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำเสนอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้และสร้างประสบการณ์จากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยมีคนในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการต่างๆ

ทำให้เกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในภายในชุมชน เกิดการสร้างรายได้เสริม การจ้างงานชุมชน ซึ่งเป็นมิติทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเกิดการทํานุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียม ประเพณีของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเกิดประสบการณ์ ซึ่งเป็นมิติทางสังคม รวมทั้งใน บางชุมชนมีการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ ซึ่งเป็นมิติ ทางสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถส่งผลกระทบในมิติต่างๆ อย่าง หลากหลายและกว้างขวางทำให้หน่วยงานระดับนโยบายให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ พ.ศ.2561-2565 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ระบุแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ ทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์สินค้าและบริการ ยุทธศาสตร์การตลาด ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ และยุทธศาสตร์ดัชนีชี้วัด ที่จะนำไปสู่การสร้างสมดุลของความสุขระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางแหล่งการเรียนรู้ในภูมิภาคอาเซียน (สำนักงาน ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561, ออนไลน์)

จากประเด็นข้างต้นจะเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความหลากหลายของ การพัฒนาศักยภาพและการแข่งขันของประชาชนผ่านกลไกของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้นการ ดำเนินการเพื่อการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งด้านทรัพยากรบุคคล สิ่งแวดล้อม สินค้าและบริการ หรือแม้กระทั่งการบริหารจัดการ จึงเป็นประเด็นสำคัญที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรดำเนินการ เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏ ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่กระจายในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ และมีพันธกิจหลักนอกเหนือจากการจัดการเรียนการสอน คือการดำเนินการวิจัยและการ บริการวิชาการเพื่อสร้างองค์ความรู้และการนำองค์ความรู้ไปส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดการพัฒนา ภายใต้อิทธิพลของชุมชนและท้องถิ่น และตอบสนองความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น และใน ปีที่ผ่านมาเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือได้ร่วมกับเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั่วประเทศดำเนินการในการวิจัยและพัฒนาในประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยในมหาวิทยาลัย ราชภัฏกลุ่มภาคเหนือได้ดำเนินการภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตาม เส้นทางวิถีสายน้ำ บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ในปีที่ 1 ซึ่งใช้พื้นที่ดำเนินโครงการวิจัย 8 พื้นที่ 8 จังหวัด ประกอบด้วยชุมชนเชียงแสน ตำบลเชียง แสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ชุมชนป่าตาล ตำบลป่าตาล อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ชุมชนศาลาบัวบก ตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ชุมชนหาดสองแคว ตำบลหาดสองแคว อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ชุมชนท้องคั่ง ตำบลท่าพุทรา อำเภอ คลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ชุมชนท่าชัย ตำบลท่าชัย อำเภอ

ศรีสัชชาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ชุมชนไทหล่ม ตำบลบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และชุมชนวัดพระปรางค์เหลือง (บ้านท่าน้ำอ้อย) ตำบลท่าน้ำอ้อย อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งเป็นชุมชนที่ดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ทั้งนี้การดำเนินการในปีที่ผ่านมาของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือในพื้นที่ทั้ง 8 พื้นที่เกิดความเชื่อมโยงภายใต้วิถีชีวิต อัตลักษณ์ชุมชน ประวัติศาสตร์ และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่นำเสนอร้อยเรียงเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจคือการท่องเที่ยวโดยชุมชน “4 ลำน้ำ 3 ลายผ้า” หมายถึง การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์และเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ ของภาคเหนือโดยในบางพื้นที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีสายน้ำ ซึ่งเป็นลำน้ำหลักของและยังคงวิถีชีวิตต่างๆ ที่เกี่ยวกับสายน้ำและใช้การล่องเรือท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชาวบ้าน ประกอบด้วย ลำน้ำโขง, ลำน้ำปิง-วัง-ยม-น่าน, ลำน้ำโขง และลำน้ำป่าสัก ซึ่งทั้ง 4 ลำน้ำเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ของชุมชนซึ่งชุมชนสามารถสร้างเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมี 3 ลายผ้า ซึ่งทุกชุมชนในพื้นที่ทั้ง 8 แห่ง มีความเชื่อมโยงของขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตที่เชื่อมโยงกับลายผ้า ประกอบด้วย ลายผ้างดงามของชุมชน อาทิ ลายผ้าเชียงแสน ลายผ้าไทหล่ม ลายผ้าไทยยอง เป็นต้น ลายผ้าประยุกต์ คือการนำลวดลายของผ้ามาสร้างสรรค์ให้เกิดความแปลกใหม่หรือสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน อาทิ ลายผ้าของชุมชนท่าชัย เป็นต้น และลายผ้าร่วมสมัย คือลายผ้าที่เกิดจากการคิดค้นขึ้นมาใหม่โดยเชื่อมโยงกับเรื่องราว เรื่องเล่าในชุมชน อาทิ ลายผ้ามัดย้อมรูปบัวบก ของชุมชนศาลาบัวบก เป็นต้น และภายใต้วัตถุประสงค์ของการดำเนินการวิจัยที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การพัฒนาชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการสร้างช่องทางการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้ผลการวิจัยที่ผ่านมาสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งที่จับต้องได้ อาทิ ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก อาหารถิ่น และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ อาทิ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มชุมชนที่ดำเนินการ และการพัฒนาช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ให้แก่ชุมชนเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายและนักท่องเที่ยว

แต่ทว่าในช่วงที่ผ่านมาของการดำเนินโครงการวิจัยเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งได้เกิดการระบอบไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ทำให้สถานการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางหรือการเคลื่อนย้ายคนต้องมีมาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส ซึ่งเมื่อมีมาตรการเกี่ยวกับการเดินทางและการเคลื่อนย้ายคนเกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จากข้อมูลพบว่ามีย่านท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในไตรมาส 1/2563

จำนวน 6.69 ล้านคน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ที่มีจำนวน 10.79 ล้านคน ลดลงร้อยละ 38.01 และจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 10 อันดับแรกของไทย มีจำนวนลดลงทุกประเทศ ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงในอัตราสูงสุด เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศ จีน ลดลงอัตราร้อยละ 60.01 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562 จากจำนวน 3.12 ล้านคน เหลือเพียง 1.25 ล้านคน ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการลดลงของจำนวนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นผลจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจในประเทศที่เกิดการชะลอตัวต่อเนื่องจากไตรมาส 4/2562 และที่สำคัญ คือการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ โควิด-19 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563, หน้า 20-26) ทั้งนี้จากสถานการณ์ดังกล่าวยังได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยเฉพาะในพื้นที่วิจัยของทั้ง 8 พื้นที่ 8 จังหวัดที่เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือได้ร่วมดำเนินการวิจัยและพัฒนาด้วยเช่นกัน โดยพบว่า ในช่วงที่มีการระบาดของไวรัสโคโรนา ตลอดจนภายหลังการหยุดการแพร่ระบาดในรอบแรก จนกระทั่งเกิดการแพร่ระบาดในรอบที่สองเมื่อช่วงปลายปี 2563 ที่ผ่านมายังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนมีจำนวนน้อยลงเมื่อเทียบกับช่วงปีก่อนๆ ที่ยังไม่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นอกจากนี้ ภายใต้การพัฒนาประเทศด้วยแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของ BCG Drivers ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวขับเคลื่อนหลัก คือ การพัฒนา 4 สาขายุทธศาสตร์ การพัฒนาเชิงพื้นที่ การเตรียมกำลังคน ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการ และการพัฒนาเทคโนโลยีและองค์ความรู้ ขั้วแนวหน้า ซึ่งมีปัจจัยในการขับเคลื่อนในแต่ละมิติที่แตกต่างกัน ทั้งนี้การดำเนินการภายใต้โครงการวิจัยดังกล่าวนี้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นกลไกในการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นหนึ่งใน 4 ของการพัฒนาภายใต้มิติการพัฒนา 4 ยุทธศาสตร์ที่สามารถนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งและการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งยังสามารถสร้างผู้ประกอบการชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการดำเนินการในมิติการเตรียมกำลังคน ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสร้างผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม และผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ให้แก่ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทยภายใต้แนวคิดของ 4 BCG Drivers

นอกจากนี้ จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือซึ่งดำเนินการใน 8 พื้นที่ 8 จังหวัดของภาคเหนือเพื่อการขยายผลทั้งในระดับพื้นที่และระหว่างพื้นที่นั้นการมุ่งสร้างความยั่งยืนในการดำเนินการภายใต้ฐานคิดของการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างคุณค่าและการสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาในปีที่ 1 สู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากการพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียม คือการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาไปสู่การรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน มาตรฐานอาหารและยา มาตรฐานฮาลาล มาตรฐาน OTOP

มาตรฐานโฮมสเตย์ หรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างคุณค่า มูลค่าให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และจากการดำเนินการในปีที่ 1 ที่ผ่านมามีพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือคือชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่าชัย - ศรีสันนาลัย ต.ท่าชัย อ.ศรีสันนาลัย จ.สุโขทัย ซึ่งดำเนินการโดยนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม และพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลาวเวียง ต.หาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรธานี ซึ่งดำเนินการโดยนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ได้รับการประกาศจากรมการท่องเที่ยวให้เป็นชุมชนที่ผ่านการตรวจประเมินเพื่อรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประจำปีประมาณ 2563 ซึ่งเป็นทุนเดิมและผลสำเร็จในการพัฒนาชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการขยายผลในปีที่ 2 ซึ่งการดำเนินการนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำนักรับรองระบบคุณภาพ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ขึ้นทะเบียนเป็นหน่วยตรวจสอบมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยกับ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และได้ยื่นขอรับรองระบบงาน ISO/IEC 17065 ในฐานะหน่วยรับรองมาตรฐานท่องเที่ยวไทย จากสำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานแห่งชาติ ที่สามารถเป็นภาคีหลักในการขับเคลื่อนเพื่อการยกระดับด้านมาตรฐานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่อไป

ดังนั้นจากประเด็นข้างต้นประกอบกับการผลการดำเนินงานในปีที่ 1 และการพัฒนาโจทย์ทั้งในระดับพื้นที่และระดับภูมิภาคของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดำเนินการต่อเนื่องในปีที่ 2 จึงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเชิงต่อยอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านการตลาดและองค์ประกอบด้านการตลาดทั้งทรัพยากรบุคคล สื่อ ช่องทางการสื่อสาร และเนื้อหาภายใต้รูปแบบปกติใหม่ (new normal) ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่น ความมั่นใจ ดึงดูดใจ รวมทั้งเข้าถึงเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และเกิดความสนใจในการเข้ามาในชุมชนและสร้างประสบการณ์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งการนำผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวซึ่งได้รับการพัฒนาในปีที่ผ่านมาเข้าสู่การดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดมูลค่าและคุณค่า ความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเทียบเคียงและการถ่ายโอนองค์ความรู้ของชุมชนเข้มแข็งไปสู่ชุมชนเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนา และการสร้างศักยภาพร่วมกันของชุมชนท่องเที่ยวด้วยกลไกเครือข่ายทั้งในระดับชุมชน จังหวัดและภูมิภาค ด้วยเหตุผลและปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวคณะผู้วิจัยเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ร่วมกับชุมชนบ้านห้วยและชุมชนไทหล่มได้ร่วมดำเนินการวิจัยการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนที่สอดคล้องกับ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

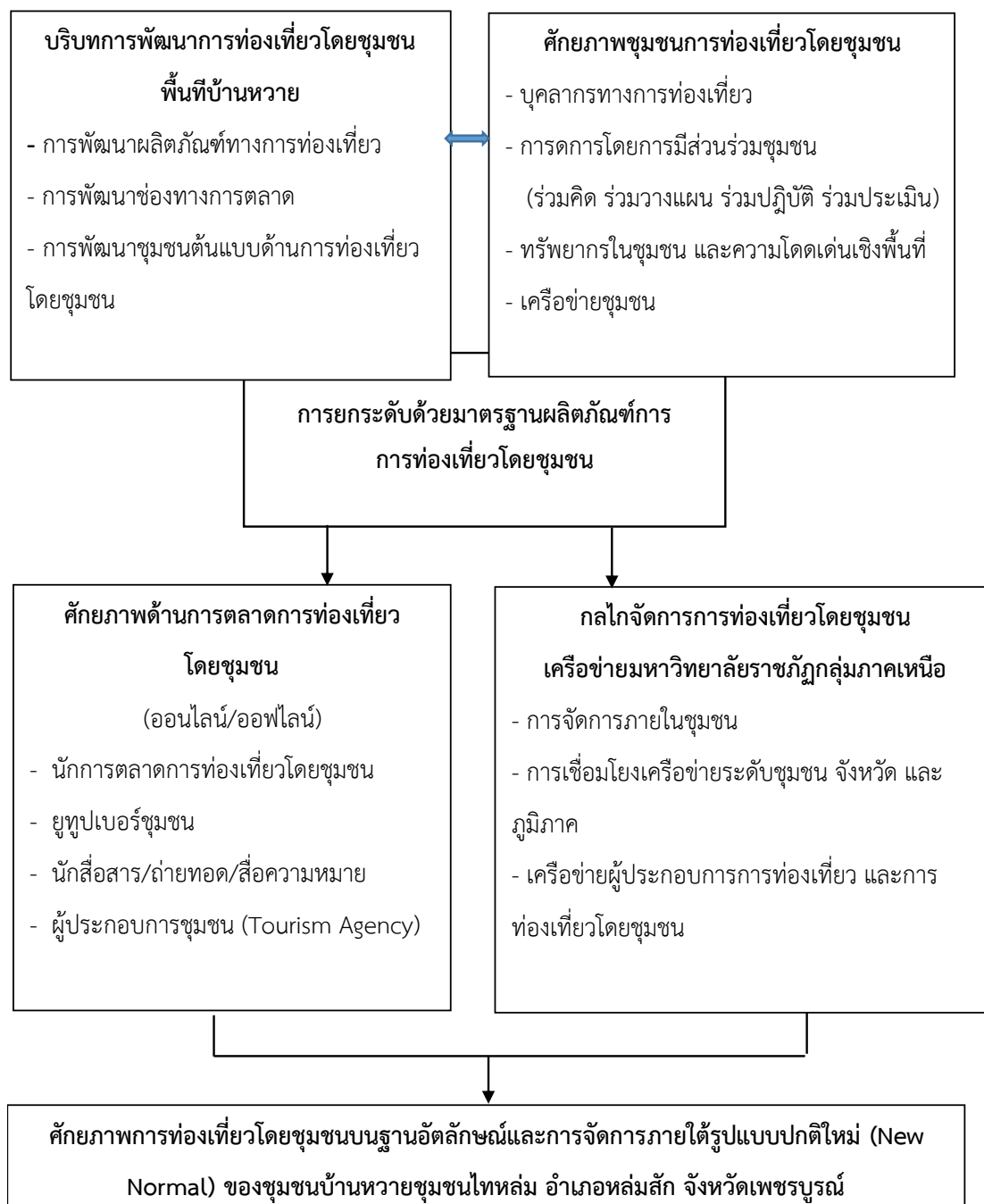
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในชุมชนไทหล่มและชุมชนบ้านหวาย ตำบลบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนไทหล่มและชุมชนบ้านหวาย ตำบลบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนต้นแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาทั้งหมดคณะผู้วิจัยได้นำมาประมวลเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนไทหล่มบ้านหวาย อำเภอหล่มสักจังหวัดเพชรบูรณ์” ดังภาพ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พื้นที่ชุมชนบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

1. ภาคประชาสังคม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่ม/ชมรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประชาชน ชุมชน เยาวชน ผู้สูงอายุ ตัวแทนประชาชน เป็นต้น
2. ภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารหรือตัวแทนจากเทศบาลตำบล ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับอำเภอ ตำบล เป็นต้น
3. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้บริหารหรือตัวแทนจากสมาคม/สมาพันธ์การท่องเที่ยวผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

1.4.3 ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ (ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2564 – เมษายน 2565)
ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness Level: TRL)

1) TRL ณ ปัจจุบัน ระดับ 3

รายละเอียด ความพร้อมของการนำเทคโนโลยีไปใช้ในกระบวนการวิจัยและการบูรณาการนวัตกรรมต่างๆ จากฐานทุนเดิมของงานวิจัยไปใช้ในการดำเนินโครงการวิจัย

2) TRL เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นระดับ 2

รายละเอียด เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ จากกระบวนการดำเนินการวิจัยเพื่อนำไปสู่การขยายผล

1.5 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง ชุมชนไทหล่มบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ การทำกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งในส่วนของการเข้าไปเยี่ยมชม การเข้าไปร่วมกิจกรรม การเข้าไปพักผ่อน หรือการเข้าไปในพื้นที่ สถานที่ต่างๆ ในชุมชนที่จัดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปหาประสบการณ์โดยมีการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของและได้รับผลประโยชน์ต่างๆ จากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านของเศรษฐกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือ

ตามเส้นทางวิถีสายน้ำ หมายถึง การดำรงวิถีชีวิตของประชาชนในกลุ่มแม่น้ำสาขาหลักของภาคเหนือ ประกอบด้วย แม่น้ำโขง แม่น้ำปิง แม่น้ำวัง แม่น้ำยม แม่น้ำน่าน แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งไหลผ่านจังหวัดต่างๆ ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

ประวัติศาสตร์ หมายถึง ตำนาน เรื่องราว เรื่องเล่าของชุมชนต่างๆ ในพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านหวาย อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งสามารถนำมาสร้างเป็นเรื่องเล่าหรือเชื่อมโยงสถานที่สำคัญ บุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์อันไปสู่การสร้างมูลค่า คุณค่าของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือ

วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน หมายถึง วิถีชีวิตและการดำรงชีวิตของชุมชนบ้านหวาย อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ รวมทั้งขนบธรรมเนียม ประเพณีอันโดดเด่นของชุมชนต่างๆ ในพื้นที่ การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สามารถนำมาสร้างสรรค์หรือสร้างมูลค่า คุณค่าให้แก่ชุมชนและดึงดูดผู้คนที่เกิดความสนใจอันนำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ภาคเหนือ

เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ หมายถึง เครือข่ายนักวิจัย เครือข่ายสถาบันวิจัย และพัฒนา ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งดำเนินการวิจัยภายใต้โครงการดังกล่าวในพื้นที่ภาคเหนือ

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องนี้ จะมีประโยชน์ได้แก่ 1) ด้านวิชาการ ด้านนโยบาย 2) ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์ 3) ด้านสังคมและชุมชนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.6.1 สร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในชุมชน ของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

1.6.2 พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

1.6.3 พัฒนาศักยภาพชุมชนต้นแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืนของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

1.6.4 จัดแสดงการขายและโปรโมทผลิตภัณฑ์ชุมชนและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างน้อย 5 ชุมชน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ “การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จังหวัดเพชรบูรณ์” จากเอกสารต่างๆ การออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัย จำแนกแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)
- 2.4 การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์ และมีมาตรฐานก่อให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมีเป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ การเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนสามารถเชื่อมโยงรับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ชุมชนสามารถบริหารจัดการและเชื่อมโยงผลประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวได้ และวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และเพิ่มคุณค่าช่วยในการพัฒนาท้องถิ่นเป็นอย่างดีและยั่งยืน

ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ของคำว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560) ดังนี้

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม และสถานที่ให้ดำรงอยู่ โดยผนวกการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศ เปิดโอกาสให้ชุมชนกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยต้องมีส่วนร่วมร่วมกันจากทุกภาคส่วน (Arnstein, 1969; Roche, 1997; สันธุ์ สโรบล และ อุดร วงษ์ทับทิม, 2546, พจนา สวนศรี, 2546; เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2549; สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550)

อ้างอิงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560)

World Tourism Organization (1998 อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560) อธิบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นำมาซึ่งทั้งผลประโยชน์และปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ชุมชน ซึ่งถ้ามีการวางแผนการจัดการที่ดีแล้วการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดอาชีพในชุมชน สร้างรายได้ และเป็นโอกาสให้เกิดการประกอบธุรกิจซึ่งจะทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติในชุมชน โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศิลปะงานหัตถกรรม และวัฒนธรรม ประเพณี ช่วยในการพัฒนาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นเพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (<http://www/cbt-i.org> อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560)

สินธุ์ สโรบล และอุดร วงษ์ทับทิม (2546 อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560) กล่าวว่า “การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชน มีการเตรียมความพร้อมของชุมชนด้วยการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สิ่งสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชาวบ้านควรเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นมรดกของคนรุ่นลูกหลานและรุ่นต่อ ๆ ไป”

สินธุ์ สโรบล (2547) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่า คือ ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามำกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยว บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงานการสรุปบทเรียนและมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (อพท. 2560 อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้านพร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ แนวคิดในเรื่องของ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" นี้จะมุ่งเน้นการพัฒนาให้ "คนในชุมชน" เป็นหัวใจสำคัญของการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงเน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ โดยใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ โดยให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งการเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

- ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

- ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2) ด้านองค์กรชุมชน

- ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน

- มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย

- ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3) ด้านการจัดการ

- มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

- มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้

- มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

- มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4) ด้านการเรียนรู้

- ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างได้

- มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
- สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งชาวบ้านเอง

และผู้มาเยือน

แนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ได้เกิดจากการตอบคำถามว่า ชุมชนจะได้ประโยชน์อย่างไรจากการท่องเที่ยว แต่เป็นการสร้างโจทย์ใหม่ว่า การท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนได้อย่างไรอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นต้องมีรากฐานที่เริ่มต้นจากชุมชนในฐานะเป็นเจ้าของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่แท้จริง ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงต้องมาจากแนวความคิดพื้นฐานที่ว่าชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับประโยชน์ (Co-Creation) เพื่อให้ชุมชนเป็นผู้รับประโยชน์สูงสุดที่เกิดจากการท่องเที่ยว

การพัฒนาชุมชนโดยการใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชน

หลักการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
- 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต
- 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
- 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
- 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการกำลังใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม



ภาพที่ 2.1 แนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวซึ่งตั้งอยู่บนฐานคิดที่เน้นให้ความสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการฟื้นฟูและอนุรักษ์สภาพแวดล้อม รวมทั้งอัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในชุมชนอันมีวิถีชีวิตและจารีตประเพณีแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีจุดมุ่งหมายให้คนในชุมชนรู้จักการสร้างสำนึกท้องถิ่น มีความภาคภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์และวัฒนธรรมประเพณีของตน รวมทั้งสามารถให้คำอธิบายกับคนนอกหรือนักท่องเที่ยวได้รับรู้ และเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นว่ามีความสวยงามและมีคุณค่า (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560) วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน “การท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยพัฒนาสู่สากลอย่างมีเอกภาพบนฐานการรักษาและจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนสู่ชุมชนแห่งความสุข” โดยอธิบายวิสัยทัศน์ ไว้ดังนี้ “การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยที่พัฒนาสู่สากล หมายถึง มีมาตรฐานด้านการบริการ ความสะอาด และความปลอดภัยที่สากลกำหนดไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้อย่างเหมาะสมตามศักยภาพชุมชน โดยเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่อยู่บนฐานแนวคิดของการรักษาและจัดการทรัพยากรชุมชน โดยทรัพยากรชุมชน หมายรวมถึง ต้นทุนทางวัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาที่มีเอกภาพซึ่งอาศัยกระบวนการการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการมีส่วนร่วม โดยเครือข่ายประชารัฐที่สร้างสมดุลของความสุขทั้งคนในชุมชนและผู้มาเยือน” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560) โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ยุทธศาสตร์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2560) ดังนี้

1) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างคุณภาพ ทักษะและความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนให้มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบพึ่งพาตนเองบนฐานเศรษฐกิจความพอเพียงและเรียนรู้

2) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของต้นทุนทรัพยากรชุมชนสู่การเป็นสินค้าและบริการบนฐานอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่ต้นแบบการเป็นแหล่งเรียนรู้การพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับต่าง ๆ

3) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลของความสุขของทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

4) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนากลไกการขับเคลื่อน ระบบการบริหารจัดการ และการทำงาน เชื่อมโยงเชิงเครือข่ายประชารัฐที่มีเอกภาพ มั่นคง และยั่งยืน

5) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาด้านวัดความสุขระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้ในภูมิภาคอาเซียน

2.2 มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวหรือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชนที่ดำเนินการในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นสามารถพัฒนาชุมชนและขอรับการรับรองหรือขอรับการประเมินผลการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากกรมการท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินการในทุกๆ ปี ทั้งนี้มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Thailand Standard) นั้นเป็นหลักเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อให้ชุมชนมีแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากฐานทรัพยากรที่มีอัตลักษณ์ และเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดรายได้ มีอาชีพ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นซึ่งประกอบด้วยหลักเกณฑ์ 6 ด้านคือ

1. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี
2. ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน
5. ด้านคุณภาพการบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน
6. ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงและการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก

2.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เริ่มขึ้นในช่วงปี พ. ศ. 2542 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยวจะเน้นให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรคของตนเองไปร่วมกัน ซึ่งก่อให้เกิดการจดจำและประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยวนั้น โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้จะสอดคล้องกับรสนิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ไม่เพียงแต่ต้องการมองสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากตน แต่มีความประสงค์ที่จะลงมือทำเพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจในมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง พร้อมๆ กับการพัฒนาศักยภาพของตนผ่านการปฏิบัติกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวและเพื่อที่จะได้รับแรงบันดาลใจใหม่ๆ ภายหลังกลับไปดำเนินชีวิตปกติหลังการพักผ่อน (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ, 2556, น. 45) ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้พัฒนามาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ภัณณิ แก้วสง่า และนิศาชล จันทศรี, 2555, น. 92) และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์เรียนรู้อย่างจริงจังซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของจุดหมายปลายทางที่ไปเยือนและ นอกจากนี้หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ (Richards and Raymond, 2006 อ้างใน ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556, น. 340-342)

รูปแบบหรือลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ลักษณะเฉพาะที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังเดิมโดย ภัณณิ แก้วมณี และนิศาชล จันทศรี ได้สรุปไว้ 6 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทอผ้าพื้นเมืองของชาวเมารี ประเทศนิวซีแลนด์ จะสร้างทักษะด้านการทอผ้าให้กับนักท่องเที่ยวหรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งมีชื่อเสียงด้านนี้ นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะการปรุงอาหารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การประกอบอาหาร เป็นต้น

2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ “ทักษะและประสบการณ์ด้าน วัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า ยกตัวอย่าง เช่น

ประสบการณ์ทางดนตรีพื้นเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้จากการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีของประเทศเม็กซิโกประสบการณ์และทักษะด้านศิลปะการวาดภาพ การแกะสลัก จากการเข้าร่วมศิลปะในป่าของประเทศแคนาดา เป็นต้น

3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้อง ได้สูง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่ เรียกว่า ประสบการณ์ เช่น เปลี่ยนจากการขายมีดลัทธิโยล ซึ่งเป็นงานฝีมือแบบดั้งเดิมของประเทศฝรั่งเศสและ เป็นการขายการสอนทำมีดจากมืออาชีพ ในท้องถิ่น เป็นต้น

4) รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็น วัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นและสร้างความ เข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมชั้นสูงเป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็น จะต้องไปเยี่ยมชมได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน อาคารแสดงผลงานศิลปะ อนุสาวรีย์ต่างๆ ส่วนวัฒนธรรมประจำวัน จะเป็นวัฒนธรรมอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหาร พื้นบ้านตามชนบท สภากาแฟ เป็นต้น

5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม การท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศนิวซีแลนด์ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ทุกรูปแบบ เช่น การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้าการสร้างงานไม้และการ ทำอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด โดยแต่ละ กิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ เป็นต้น

6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ ที่มีความ แตกต่างกัน เช่น เมืองบาร์เซโลนาประเทศสเปนและความโดดเด่นด้านอาหารพื้นเมือง จึงนำจุดเด่น ด้านนี้มาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยจัดให้มีกิจกรรมการสอนทำอาหารวิธีการ ปปรุงอาหารทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว (ภัณมณี แก้วมณี และนิศาชล จันทศิริ, 2556, น. 98-99)

การทำงานร่วมกันลักษณะเครือข่ายของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เป้าหมายของความร่วมมือกัน คือ ผลการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ (วุฒิชติ สุนทรสมัย, 2560)



ภาพที่ 2.2 ผลการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจทั้ง 3 ด้าน

ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจส่วนมากมักเป็นผู้ประกอบการรายย่อยและรายกลางที่มีความสัมพันธ์กันในช่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง เป็นต้นการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินธุรกิจร่วมกันในช่วงโซ่ ถือเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการที่สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2560) ซึ่งการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกัน มีแนวปฏิบัติที่ดี ดังนี้ (จุฑาทิพย์ ภัทราวาท และคณะ, 2549, อ้างใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2560)

- 1) การชี้แจงทำความเข้าใจการเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรแก่กลุ่มผู้มา/องค์กร โดยการชักชวนให้เข้า ร่วมโครงการ
- 2) การหนุนเสริมการจัดทากรอบทิศทางการดำเนินงานของกลุ่ม/องค์กร
- 3) การหนุนเสริมการสร้างกระบวนการเชื่อมโยงเครือข่ายการเข้าไปมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ
- 4) การพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมหรือความสร้างสรรค์ ต้องจัดเตรียมการบริการที่มีคุณภาพสูง พัฒนา ขอบเขตและความสะดวกในการใช้ฐานข้อมูล การปรับปรุงการเชื่อมโยงระบบกับผู้ใช้ระบบ ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมและกระบวนการเรียนรู้ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานรัฐและเอกชนต่างๆ และการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและดึงดูดใจกับนักท่องเที่ยว (วนิชย์ ไชยแสง, 2549, อ้างใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2560)

2.4 การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือระดับพื้นที่ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ซึ่งเป็นแนวทางที่เชื่อมโยงกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรอง และแสดงเครื่องหมายการรับรอง เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้ เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เพื่อเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน ทั้งนี้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หมายถึง ข้อกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นและเอกลักษณ์เฉพาะ อยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ และเป็นที่ยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ยื่นคำขอรับการรับรองเป็นผู้ทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่เป็นผู้แอบอ้าง หรือทำการผลิตแอบแฝง และมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่งคือ บุคคลทั่วไป กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ขึ้นทะเบียนไว้กับหน่วยงานราชการหรือกลุ่มตามกฎหมายวิสาหกิจชุมชน หรือเป็นนิติบุคคล ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.3 เครื่องหมาย มผช.

2.4.1 กระบวนการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. เมื่อได้รับคำขอแล้ว หน่วยรับรองจะดำเนินการ ดังนี้

1.1 ตรวจสอบประเมินศักยภาพของสถานที่ทำและตรวจสอบประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ทำผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพในการดำเนินการและมีความพร้อมในการทำผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ

1.2 ตรวจสอบประเมินสถานที่ทำและเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ทำผลิตภัณฑ์มีสถานที่ทำและการควบคุมคุณภาพสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ยื่นขอที่เหมาะสม และเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อส่งตรวจสอบตามเกณฑ์ที่กำหนดหน่วยรับรองขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณายกเลิกคำขอหากผู้ยื่นคำขอไม่ให้ความร่วมมือในการดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

2. การพิจารณาตัดสินให้การรับรอง

หน่วยรับรองจะนำเสนอคณะกรรมการตัดสินให้การรับรอง มผช. ก็ต่อเมื่อ

2.1 ผลการตรวจสอบประเมินสถานที่ทำพบว่าการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่กำหนด

2.2 ผลการตรวจสอบหรือทดสอบตัวอย่างผลิตภัณฑ์เป็นไปตามมาตรฐาน มผช. ที่ขอรับการรับรอง

3. การออกใบรับรอง

เมื่อคณะกรรมการตัดสินให้การรับรองมีมติให้การรับรอง หน่วยรับรองจะดำเนินการดังนี้

3.1 จัดทำใบรับรองให้แสดงเครื่องหมาย มผช. ตามแบบที่กำหนด ใบรับรองมีอายุ 3 ปี นับตั้งแต่วันที่มัติให้การรับรอง

3.2 จัดทำรายชื่อผู้ได้รับการรับรองเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป

2.4.2 มาตรฐานเครื่องหมาย OTOP

การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ดำเนินการภายใต้หน่วยงานรับผิดชอบคือ กรมการพัฒนาชุมชน ซึ่งได้ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ได้ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีคุณภาพดี มีปริมาณมากพอ และได้รับมาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐ สามารถนำผลิตภัณฑ์ไปลงทะเบียนเพื่อคัดสรรจัดระดับสินค้า 1 – 5 ดาว เป็นการส่งเสริมการตลาด ในระดับต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพ ปริมาณและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน จึงได้กำหนดมาตรฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน เพื่อการรับรองผลิตภัณฑ์และส่งเสริมศักยภาพการตลาดเพิ่มขึ้น จึงออกประกาศหลักเกณฑ์การใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน จำแนกคุณลักษณะและมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP รวมทั้งส่งเสริมการตลาดให้กว้างขวางมากขึ้น ซึ่งคุณสมบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์ที่ขอใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่ผ่านการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และมีชื่อปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลของกรมการพัฒนาชุมชน โดยมีเกณฑ์การประเมินเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP ของกรมการพัฒนาชุมชน ประกอบด้วย ด้านที่ 1 ด้านคุณภาพและ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านที่ 2 ด้านศักยภาพการผลิต ด้านที่ 3 ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ด้านที่ 4 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านที่ 5 ด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.4 เครื่องหมาย OTOP

ขั้นตอนการขอใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 1 การประชาสัมพันธ์ แจ้งประกาศและประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลายและทั่วถึงเชิญชวนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้ส่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ยื่นคำขอใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ตามสถานที่ที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 2 สร้างความเข้าใจผู้ที่เกี่ยวข้อง สร้างความรู้ ความเข้าใจในแนวคิด กระบวนการและหลักเกณฑ์การขอใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ให้แก่ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เครือข่าย ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และผู้สนใจให้ทราบโดยทั่วกัน ในโอกาสต่าง ๆ เช่น การประชุม การฝึกอบรม การออกคลินิกเคลื่อนที่ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การยื่นขอใช้

3.1 ผู้มีความประสงค์ใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ให้ยื่นขอใช้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

3.2 ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่ส่งผลิตภัณฑ์ยื่นขอใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ว่ามีชื่ออยู่ในทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และมีคุณสมบัติเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดหรือไม่

3.3 แนะนำให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่ประสงค์จะใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์กรอกข้อมูลในเอกสารแบบคำขอ พร้อมหลักฐานประกอบด้วย (1) บัตรประจำตัวประชาชน (ผู้ขอ) (2) ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ และ(3) หลักฐานการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้ครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 4 การดำเนินงานขอใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ การขอใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ กำหนดหน่วยดำเนินการเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับอำเภอ (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/สำนักงานเขต ในกรุงเทพมหานคร) และ ระดับจังหวัด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/สำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร)

4.1 ระดับอำเภอ และสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ให้พัฒนาการอำเภอ/หัวหน้าฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม หรือผู้แทนดำเนินการรับคำขอ พร้อมตรวจสอบรายละเอียดข้อมูล มีคุณสมบัติครบถ้วน และประเมินผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์การประเมินเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชนรวมทั้งประเมินตามเกณฑ์การพิจารณาให้ใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน แล้วนำผลที่ได้มาเสนอระดับจังหวัด/สำนักพัฒนาสังคมกรุงเทพมหานคร

4.2 ระดับจังหวัด และสำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานครให้เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ หรือหัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเอกสารและผลการประเมินให้ใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชนที่ได้รับเสนอให้พัฒนาการจังหวัด/ผู้แทนสำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร ที่ปลัดกรุงเทพมหานครมอบหมายพิจารณาตรวจสอบและกลั่นกรองผลการประเมินให้ใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชนที่ได้รับ และออกใบรับรองเครื่องหมายผลิตภัณฑ์แล้วนำเสนอคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับจังหวัด/กรุงเทพมหานคร พิจารณาเห็นชอบให้ใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 พิจารณาเห็นชอบให้ใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับจังหวัด/กรุงเทพมหานคร พิจารณาเห็นชอบให้ใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ และประธานคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับจังหวัด/กรุงเทพมหานคร ลงนามใบรับรองเครื่องหมายผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 6 การประกาศใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 7 การจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน ให้รายงานผลการดำเนินงานและสรุปผลการดำเนินการใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์OTOP กรมการพัฒนาชุมชนระดับจังหวัด/กรุงเทพมหานคร ส่งให้กรมการพัฒนาชุมชน ทุกวันที่ 20 ของเดือน

บริบทพื้นที่ภาคเหนือ

1. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน กลุ่ม 1 (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน กลุ่ม 1 มีศักยภาพที่โดดเด่นหลายประการ คือเป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญของประเทศ และมีพื้นที่ถือครองการเกษตรขนาดเล็ก เหมาะแก่การปรับสู่ระบบเกษตรอินทรีย์สำหรับตลาดเฉพาะ มีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ ด้านบริการโทรคมนาคมด้านโครงข่ายคมนาคมทางบก เป็นศูนย์กลางการบินในอนุภูมิภาค ด้านการศึกษา ประกอบกับทำเลที่ตั้งสามารถเชื่อมโยงไปสู่กลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (GMS) ได้โดยสะดวก มีทุนวัฒนธรรมล้านนา

ที่มีเอกลักษณ์ และเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงของวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ซึ่งเป็นที่รู้จักของต่างประเทศ รวมทั้งความมีน้ำใจโอบอ้อมอารีของประชาชน ที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว มีฐานความรู้ของสถาบันการศึกษาและทุนทางศิลปวัฒนธรรม สามารถนำมาใช้เพื่อตอบสนองโอกาส แนวโน้มกระแสการบริโภคที่เน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ ความนิยมวิถีธรรมชาติและ ตะวันออก เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมชนเผ่าและไทยใหญ่ในแม่ฮ่องสอนการพัฒนาธุรกิจ การประชุมและการแสดงสินค้า (MICE) โดยขยายบริการของระบบอำนวยความสะดวกด้านศุลกากร ตรวจคนเข้าเมือง เพื่อรองรับโครงการก่อสร้างหอประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ที่จังหวัดเชียงใหม่ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศ GMS โดยมีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบิน

2. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน กลุ่ม 2 (เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน กลุ่ม 2 มีศักยภาพในด้านที่ตั้งสามารถเชื่อมโยงการพัฒนา ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมกับกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงและประเทศในเอเชียใต้ มีวัฒนธรรม ประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มล้านนาตะวันออกที่สามารถนำไป ใช้ประโยชน์ในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหัตถอุตสาหกรรม เป็น แหล่งผลิตสินค้าเกษตร โดยมีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ชา กาแฟ และผลไม้ (ลิ้นจี่ ลำไย) มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลายที่สามารถพัฒนาเชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง มีสถาบันการศึกษาระดับสูง พร้อมทั้งจะพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มจังหวัด พัฒนาการท่องเที่ยว ชายแดน และการท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยเฉพาะเชียงรายและน่าน เช่น เส้นทางท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขงขุนน่าน -เชียงราย-หลวงพระบาง และ เส้นทางท่องเที่ยวตามแนวถนน R3E รวมทั้งการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในน่าน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในเชียงราย เพื่อเป็นการท่องเที่ยวสำหรับตลาดเฉพาะ (Niche Market)

3. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง กลุ่ม 1 (สุโขทัย ตาก เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์ และพิษณุโลก)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง กลุ่ม 1 มีศักยภาพด้านที่ตั้ง เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการพัฒนา E-W Economic Corridor โดยมีพิษณุโลกเป็นศูนย์กลาง มีโครงข่ายการคมนาคมทางบกที่สนับสนุน การขนส่งทั้งผู้โดยสารและสินค้า มีสนามบินพาณิชย์ที่พิษณุโลกสนามบินอำเภอสวรรคโลกจังหวัด สุโขทัย และสนามบินอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ และ กับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นแหล่งผลิตทางการเกษตร และอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลการเกษตร ที่สำคัญของภาค มีการผลิตพลังงานชีวภาพ มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกเชิงประวัติศาสตร์ คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่มีความโดดเด่น เฉพาะตัวของจังหวัดเพชรบูรณ์ พิษณุโลก และตาก มีสถาบันการศึกษาระดับสูง คือ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก ที่มีศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้สนับสนุนการพัฒนากลุ่มจังหวัด มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์สามารถนำมาสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และตลาดสินค้าที่ระลึก เช่น ผ้าทอจังหวัดอุตรดิตถ์ ทองลายโบราณจังหวัดสุโขทัย ศิลปะประดิษฐ์และอาหารแปรรูปของจังหวัดพิษณุโลกสนับสนุนการพัฒนาและสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศาสนา โดยให้สุโขทัยและพิษณุโลกเป็นศูนย์กลาง และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยให้เพชรบูรณ์และอุตรดิตถ์เป็นศูนย์กลาง เพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญและยั่งยืน

4. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง กลุ่ม 2 (กำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร และอุทัยธานี)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง กลุ่ม 2 มีศักยภาพเป็นแหล่งผลิตและการค้าข้าวที่สำคัญ โดยมีจังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลาง มีพื้นที่รองรับการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือตอนล่างที่จังหวัดพิจิตร เป็นแหล่งผลิตพลังงานชีวภาพ จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร อาทิการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแกลบ และการผลิต Ethanol จากกากน้ำตาลที่จังหวัดพิจิตร นครสวรรค์ กำแพงเพชร มีศักยภาพด้านการพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมทั้งทางรถยนต์รถไฟ เชื่อมต่อภาคเหนือตอนบนและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการขนส่งทางน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเหมาะสมกับการขนส่งสินค้าที่เป็น Bulk ที่สามารถเชื่อมต่อระหว่างภาคกลางตอนบน มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่สำคัญ คือเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ที่เป็นมรดกโลก และการท่องเที่ยววิถีชีวิตบนลำน้ำสะแกกรังและเจ้าพระยาพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในระดับประเทศและระดับโลก ได้แก่ มรดกโลกเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอุทัยธานี อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร บึงบอระเพ็ด ในนครสวรรค์เสริมกับวิถีชีวิตชาวเรือนแพบนลำน้ำน่าน เจ้าพระยาและสะแกกรัง ใช้การจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวมาเสริมสร้างให้เกิดคุณค่าและขยายฐานนักท่องเที่ยวโดยรวม

พัชรรัตน์ หารไชย (2552) ศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อกำหนดแนวนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นศึกษาด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษ (2) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษได้ทำการศึกษาใน 2 ประเด็นหลัก คือ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่กำหนดโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่นอยู่ในระดับใด (3) ด้านนโยบายและแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษ

ผลการศึกษาด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่มีขีดความสามารถในการรองรับได้อยู่ระดับสูงและระดับปานกลาง สามารถรองรับกิจกรรมนันทนาการได้อีกมาก ยกเว้นขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับต่ำ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษพบว่า ภาพรวมระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่กำหนดโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่นพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับสูง ผลการศึกษาด้านนโยบายและแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษพบว่า โครงสร้างด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ชาคริต ช่วยบำรุง (2554) ศึกษาเรื่อง บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาถึงบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบ (2) เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบ (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการมีจำนวนสูงสุด รองลงมา ได้แก่ โครงสร้าง ด้านส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และโครงการด้านการมีส่วนร่วมทำกิจกรรม ซึ่งแนวนโยบายที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ โดยเฉพาะด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาได้เสนอแนะว่าการกำหนดแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวหน่วยงานภาครัฐควรคำนึงถึงสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว ด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวและลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว และควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน และการติดตามประเมินผลมากขึ้น ซึ่งหน่วยงานท้องถิ่นอาจจะเข้ามามีบทบาทในการกระตุ้นส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วม เช่น การฝึกอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในการจัดทำแผนและการประเมินผล

ผลการวิจัยพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบมีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ดังนี้ (1) ด้านการตลาดการท่องเที่ยว มีการจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (2) ด้านการสร้างและแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ปัจจุบันยังไม่ได้มีการดำเนินการในการแสวงหาหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพิ่มเติม (3) ด้านการให้บริการท่องเที่ยว มีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวล่องเรือชมความงดงามของถ้ำเลเขากอบ โดยมีพนักงานพายเรือทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว (4) ด้านการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีการกำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นพันธกิจการพัฒนาท้องถิ่น ในส่วนของสภาพปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีดังนี้ (1) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง (2) การขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินการและความร่วมมือจากภาคประชาชน (3) ด้านการให้บริการท่องเที่ยว ในปัจจุบันมักประสบปัญหาในการสื่อสารเพื่ออธิบายถึงรายละเอียดของถ้ำเลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (4) ด้านการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ยังไม่มีการดำเนินงานจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแยกจากแผนการพัฒนาท้องถิ่น และยังไม่ได้มีการดึงภาคประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ

ปองทิพย์ นาคินทร์ (2556) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดเก่าอ่างศิลาในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดเก่าอ่างศิลา (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดเก่าอ่างศิลา (3) ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดเก่าอ่างศิลา (4) ข้อเสนอแนะแนวทางสร้างเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดเก่าอ่างศิลา

ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดเก่าอ่างศิลาในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดเก่าอ่างศิลาในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ความตระหนักถึงประโยชน์ต่อส่วนรวมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดเก่าอ่างศิลาอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่สำคัญ ได้แก่ การตัดสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ที่ยังไม่เพียงพอ เช่น ปริมาณถังขยะ ห้องน้ำสาธารณะ และที่จอดรถ ส่วนในเรื่องของข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลาดเก่าอ่างศิลา ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดเก่าอ่างศิลาควรบูรณาการทางานร่วมกันอย่างจริงจัง เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ชุมชนในท้องถิ่นเกิดความรัก ความหวงแหน และความภาคภูมิใจทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจที่

ถูกต้องแก่ชุมชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาตลาดเก่าอย่างสม่ำเสมอทุก ๆ ปี

ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ (2549) จากงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและข้อจำกัดของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน พบว่ามี ศักยภาพความโดดเด่นทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เนื่องจากมีความต่อเนื่องทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันมายาวนาน และผูกโยงกับพุทธศาสนาอย่างแน่นแฟ้น ส่วนข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ได้แก่ สินค้าการท่องเที่ยวที่ยังขาดจุดเด่น จุดขายทางการท่องเที่ยวรวมทั้งการไม่สามารถสร้างแบรนด์ของสินค้าให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในระดับสากลได้ มีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและปรับแก้ไขข้อจำกัดโดยพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตามอัยาศัยควบคู่กับการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัด ให้ชุมชนได้ร่วมกันค้นหาจุดเด่นของตนเองเพื่อมาสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน โดยเน้นสิ่งที่มีในชุมชนเป็นหลัก เพื่อนำมาใช้เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมี แนวทางการบูรณาการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในระดับกลุ่มจังหวัดที่เน้นความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และในระดับชุมชนที่เน้นบทบาทศักยภาพของตนเอง การจัดทำแผนการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในระดับชุมชน

ไพฑูรย์ นิยมนา และคณะ (2550) ศึกษาแนวทางการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยทำการศึกษากลุ่มโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้ทั้งกลุ่มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกลุ่มอื่นๆ ที่ยังไม่ได้รับการรับรองจากการศึกษาในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้งสิ้น 26 แห่ง จำแนกลักษณะเด่นๆ ที่เป็นลักษณะร่วมได้เป็น 4 ลักษณะ คือ 1) เป็นโฮมสเตย์ที่มีวิถีชีวิต แหล่งโบราณคดีเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว 2) เป็นโฮมสเตย์ที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ที่มีภูมิประเทศที่สวยงาม 3) เป็นโฮมสเตย์ที่มีสัตว์เลี้ยงเป็นจุดเด่น มีกิจกรรมเกี่ยวกับสัตว์ในการจูงใจนักท่องเที่ยว และ 4) เป็นโฮมสเตย์ที่สามารถเดินทางไปเที่ยวเพื่อชมวิถีชีวิตชาวบ้านของประเทศเพื่อนบ้านได้ สำหรับปัญหาของโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้ พบว่าส่วนใหญ่ขาดการประชาสัมพันธ์ตนเอง และขาดการจัดเป็น เครือข่ายระหว่างกลุ่มของโฮมสเตย์ โดยการจัดเป็นเครือข่ายมีเฉพาะจังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น การพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนควรจัดทายุทธศาสตร์ดังนี้ รวบรวมข้อมูลชาวต่างประเทศที่แต่งงานกับสตรีในภาคอีสาน และจัดทำเอกสารแนะนำโฮมสเตย์แจกจ่ายไปยังบุคคลดังกล่าวเพื่อส่งต่อไปยังชาวต่างประเทศ ส่งสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ชื่นชอบเข้ามาพักที่โฮมสเตย์ติดต่อกันเป็นเวลา 3 ปีแล้ว จัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้กับชาวต่างประเทศ ณ โฮมสเตย์ที่ใดที่หนึ่งที่เหมาะสม และเปิดช่องทางการท่องเที่ยวไปยังประเทศลาว ณ จุดโฮมสเตย์ลาดเจริญ ท่าลี่ และประเทศเขมร ณ จุดผ่านแดน บ้านละลม โดยการสำรวจจุดเด่นของประเทศลาวและ เขมรในจุดที่เป็นที่ตั้งโฮมสเตย์

ทัศนัยวรรณ ดวงมาลา และคณะ (2550) จากผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันนั้น โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการโฆษณา เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวยังได้รับข้อมูลไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร การประชาสัมพันธ์จะเป็นการที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดให้มีการแถลงข่าวหรือเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของทางจังหวัดได้จัดขึ้น การส่งเสริมการขายและการขายโดยพนักงานจะมีการใช้น้อยมาก เพราะแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการ และส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทนำเที่ยว หรือผู้ประกอบการอื่นๆ จัดทำเพื่อขายแพ็คเกจทัวร์ จึงทำให้มีการจัดการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวดังกล่าวน้อย ในส่วนปัญหาอุปสรรคของการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ คือ หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีหลายหน่วยงานทำให้ขาดการประสานงานที่ดีจึงทำให้เกิดการขาดความร่วมมือร่วมใจในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว นอกจากนี้ความไม่พร้อมและขาดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทำให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวไม่เป็นที่ประสบความสำเร็จ เพราะนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวแล้วเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจ การที่ไม่มีความต่อเนื่องในการส่งเสริมการตลาดก็เป็นสิ่งสำคัญเพราะนักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นปัจจุบัน แม้กระทั่งชุมชนในท้องถิ่น ไม่มีความรู้ความสามารถในการช่วยกันส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวหรือขาดบุคลากรในหน่วยงาน ทำให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่องและไม่ทันต่อฤดูกาลการท่องเที่ยว อีกประการ คือ งบประมาณไม่เพียงพอต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นรูปแบบ การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเข้ามาท่องเที่ยวโดยเรียงจากมากไปน้อย คือ 1) การโฆษณา คือ นิตยสาร วารสารทางการท่องเที่ยวและสิ่งพิมพ์ 2) การประชาสัมพันธ์ คือ แถลงข่าวต่อสื่อมวลชน และพร้อมด้วยการจัดทัศนศึกษา 3) การส่งเสริมการขาย คือ การจัดแสดงสินค้าและจัดนิทรรศการโดยรัฐและเอกชน 4) การขายโดยพนักงาน คือ การขายโดยพนักงานด้วยการจัดกิจกรรมซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและลูกค้า และแนวทางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านในอินโดจีน โดยใช้ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาที่แม้จะใช้ระยะเวลาพอสมควรแต่ไม่ต้องทุ่มงบประมาณจำนวนมาก ทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

สอดคล้องกับ สิริวงษ์ เอียสกุล (2557) ได้วิจัยความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้และรถโดยสารที่จุดผ่านแดนสะพานมิตรภาพไทย – ลาว จังหวัดหนองคาย เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจเป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิดและแบบประมาณค่า โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณา ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการศึกษาพบว่า

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้และรถโดยสารมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านคนขับรถ รองลงมา ได้แก่การบริหารจัดการ ด้านความคิดเห็นของผู้ใช้บริการพบว่า ด้านการบริการ ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์เมื่อรถเทียบท่า มีคำแนะนำหรือเอกสารการเดินทางที่ชัดเจน ด้านสภาพรถ ต้องการให้สภาพที่นั่งภายในมีขนาดที่พอเหมาะ มีความสะอาดไม่มีกลิ่นเหม็น ด้านสถานีต้องการให้จัดเตรียมที่นั่งสำหรับผู้โดยสารที่รอรถอย่างเพียงพอพร้อมกับมีความสะอาดและปลอดภัย

อิทธิพล ไทยกมล (2544 : 67) ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชน ตำบลบางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว คือการจัดการอย่างมีความรับผิดชอบ กระบวนการท่องเที่ยวต่อการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม จากปัจจัยดังกล่าว ยังมีข้อจำกัดที่สำคัญคือ จำเป็นต้องมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่นที่พัก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ทางเดินศึกษาธรรมชาติและระบบกำจัดของเสีย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จังหวัดเพชรบูรณ์” เป็นการวิจัยโดยใช้รูปแบบผสม Mixed method ซึ่งใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research – PAR) โดยใช้ระเบียบและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

1. จัดเวทีชี้แจงโครงการวิจัย ระดมความคิดเห็นการพัฒนาศักยภาพชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วย
2. การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน ด้วยการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่วิจัยของกลุ่มราชภัฏภาคเหนือ 8 แห่ง คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว บุคลากรทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ผ่านการพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคล ช่องทางการสื่อสาร สื่อ และเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่นำไปสู่มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่วิจัย
3. ประชุมติดตามความก้าวหน้าและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการวิจัยของ คณะนักวิจัย 8 มหาวิทยาลัยราชภัฏ หรือ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัย 8 มหาวิทยาลัยราชภัฏกับชุมชนพื้นที่บ้านห้วย อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
4. การสังเคราะห์เนื้อหาการดำเนินงานของ 8 มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ
5. เวทียกระดับการนำองค์ความรู้ นวัตกรรมที่เกิดจากการวิจัยสู่การใช้ประโยชน์: จัดเวทีการนำเสนอและแสดงผลงาน เพื่อสื่อสารและเผยแพร่รูปแบบ/กิจกรรมการท่องเที่ยว/ ผลิตภัณฑ์ชุมชน และระบบกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยเชิงพื้นที่

6. วิเคราะห์และประมวลผลการวิจัย และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ รวมถึงวางแผน ขยายผลและต่อยอดการดำเนินงาน ดีพิมพ์และเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณะ ทั้งนี้ได้กำหนดระบบการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์การวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.1 ระบบการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของการวิจัย

นอกจากนี้ การดำเนินงานของโครงการวิจัยภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อแผนการปฏิบัติงานโครงการวิจัย ดังนั้นโครงการวิจัยจึงกำหนดแผนการจัดการความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงด้านการจัดเก็บข้อมูล

การดำเนินการในการจัดเก็บข้อมูลซึ่งจะต้องลงพื้นที่เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ดังนั้นแผนการจัดการความเสี่ยงในด้านการจัดเก็บข้อมูลคณะผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการจัดการความเสี่ยงโดยใช้เครือข่ายพื้นที่ในการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลบางส่วน บางประเด็นโดยมีการถ่ายโอนชุดความรู้ของนักวิจัยในการสร้างนักวิจัยเชิงพื้นที่ นักวิจัยชาวบ้านในพื้นที่เพื่อเป็นคณะทำงานในการดำเนินงานในบางส่วนโดยเฉพาะการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการของโครงการวิจัยซึ่งใช้พื้นที่ในการวิจัย 8 พื้นที่ใน 8 จังหวัด

ดังนั้นแนวทางในการจัดการความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการนั้น คณะผู้วิจัยได้กำหนดให้นักวิจัยในโครงการซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ เป็นผู้บริหารจัดการทั้งงบประมาณ การดำเนินงาน กิจกรรม และการรายงานข้อมูลและใช้รูปแบบการบริหารจัดการแบบชุดโครงการและโครงการย่อยรายจังหวัด/มหาวิทยาลัย ในการบริหารจัดการโครงการวิจัยในระดับภูมิภาค

ความเสี่ยงด้านงบประมาณ

การดำเนินงานวิจัยซึ่งมีกรอบการวิจัยด้านขอบเขตของระยะเวลา 1 ปี (12 เดือน) ดังนั้นเพื่อให้การบริหารจัดการด้านการเงินและงบประมาณบรรลุเป้าหมายและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจึงกำหนดแนวทางในการจัดการความเสี่ยงด้วยการกำหนดรูปแบบการรายงานข้อมูลราย 3 เดือน 6 เดือน 9 เดือน และรอบ 12 เดือน โดยกำหนดจัดให้มีการรายงานข้อมูลทางการเงินตามระยะเวลาของการรายงานข้อมูลผลการดำเนินการวิจัยในแต่ละพื้นที่ของหัวหน้าทีมนักวิจัยในรายจังหวัด

แนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

จากการดำเนินการในปีที่ 1 ซึ่งได้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งที่จับต้องได้ อาทิ ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ อาทิ การให้บริการโฮมสเตย์ การให้บริการกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้นนั้น ในการดำเนินการของปีที่ 2 คณะผู้วิจัยในแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ด้วยมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในปีที่ 1 (ปี 2563)	ความต้องการทางการตลาด	องค์ประกอบตามความพร้อมในเข้าสู่มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในปีที่ 1 (ปี 2563)	มาตรฐานหน่วยงานที่ร่วมมือในการยื่นขอมาตรฐาน
1. ผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้น จากการทอผ้าด้วยกี่กระตุกของชุมชน (ชุมชนไทหล่มตำบลบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์)	1. กลุ่มลูกค้ากลุ่มหลักเชิงขึ้นชอบผลิตภัณฑ์แปรรูปทางวัฒนธรรม 2. กลุ่มดำเนินการด้านศิลปวัฒนธรรมเชิงท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงความสำคัญ	ฐานความพร้อมในการเข้าสู่มาตรฐาน 1. ชุมชนมีการจดทะเบียนเพื่อประกอบการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2. ชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีการร่วมจัดตั้งและพัฒนางานที่สามารถสร้างรายได้สร้างงานให้กลุ่มผ้าทอบ้านหวายและ	มาตรฐาน มผช. โดยให้การรับรองจากหน่วยงานหลักคือสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดและพัฒนาชุมชนจังหวัดร่วมกับคณะกรรมการพิจารณามาตรฐานมาตรฐาน มผช. โดยให้การรับรองจากหน่วยงาน

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในปีที่ 1 (ปี 2563)	ความต้องการทางการตลาด	องค์ประกอบตามความพร้อมในเข้าสู่มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในปีที่ 1 (ปี 2563)	มาตรฐานหน่วยงานที่ร่วมมือในการยื่นขอมาตรฐาน
ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์	ของวัฒนธรรมจังหวัด 3. กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าและผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านห้วย	เครือข่าย 3. มีการพัฒนาเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น 4. ได้มีการศึกษากระบวนการเพื่อการส่งตรวจมาตรฐาน มผช. และจดทะเบียน otop 5. มีการเตรียมข้อมูล เอกสารเพื่อดำเนินการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนให้ได้มาตรฐานอื่นรวมทั้งพัฒนาช่องทางจำหน่ายการตลาดกับอุตสาหกรรมจังหวัดและหรือหอการค้าจังหวัดเพชรบูรณ์	หลักคือสำนักงานพัฒนาชุมชนและสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดร่วมกับคณะกรรมการจังหวัด
			มาตรฐาน มผช. โดยให้การรับรองจากหน่วยงานหลักคือสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดร่วมกับคณะกรรมการพิจารณามาตรฐาน
จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์รวมของปีที่ 1			จำนวน 3 หน่วยงานที่ร่วมมือ

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้นั้น คณะผู้วิจัยมีแนวทางในการยกระดับโดยการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ใช้ประโยชน์ทั้งในระดับจังหวัด ภูมิภาค และประเทศ อาทิ บริษัทนำเที่ยวในพื้นที่แต่ละจังหวัด หน่วยงานราชการในพื้นที่ทั้ง 8 จังหวัด อาทิ องค์การบริหารส่วนจังหวัด ท้องถิ่นจังหวัด สำนักงานจังหวัด สถาบันการศึกษาในพื้นที่ทั้งระดับอุดมศึกษาและสำนักงานเขตพื้นที่ ประถม มัธยมศึกษา เพื่อเป็นหน่วยงานในการนำเสนอโปรแกรม กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สำหรับการจัดกิจกรรมประชุม สัมมนา และการศึกษาดูงาน รวมทั้งที่พักโฮมสเตย์ของชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ที่ได้ดำเนินการพัฒนาของปีที่ 1 จากพื้นที่ทั้ง 8 จังหวัด ประกอบด้วย โฮมสเตย์ ครูสังวน พุ่มหมอก โฮมสเตย์บ้านพักบุปผา วรรณนา พื้นที่ชุมชนแปลงใหญ่ กล้วยไข่ บ้านท้องคั่ง จังหวัดกำแพงเพชร ที่พักโฮมสเตย์ชุมชนบ้านป่าตาล ต.บวค้ำ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ ชุมชนชุมชนตำบลบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ และชุมชนชุมชนตำบล หาดสองแคว อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี การพัฒนานักเล่าเรื่องชุมชนและเรื่องเล่าชุมชน ชุมชน วัดพระพรหมหลวง อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ และชุมชนชุมชนเมืองเชียงใหม่ จังหวัด เชียงราย การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ (เช่น อาหาร/สุขภาพ/เกษตร/ธรรมชาติ/วัฒนธรรม) และการพัฒนานักสื่อความหมาย/นักเล่าเรื่องในชุมชน ของชุมชนท่าชัย-ศรีสันาลัย จังหวัดสุโขทัย

การถอดบทเรียนและการเชื่อมโยงเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันของชุมชน

ภายใต้การดำเนินการเพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว จัดการตนเองอย่างยั่งยืนนั้น คณะผู้วิจัยมีแนวทางในการดำเนินการเพื่อการถอดบทเรียนและการ เชื่อมโยงต้นแบบความสำเร็จไปสู่ชุมชนอื่นและชุมชนใกล้เคียงเพื่อขยายผลความสำเร็จ รวมทั้งการ สร้างความสำเร็จของชุมชนภายใต้การทำงานร่วมกันของภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน/ สมาคมซึ่งสามารถนำเสนอเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 แผนปฏิบัติการในการเชื่อมโยงองค์ความรู้และการถอดบทเรียนสู่แนวปฏิบัติ

ประเด็น	หน่วยงานที่ร่วม ดำเนินการ	วิธีการดำเนินงาน	ผลที่เกิดขึ้น
1. การจัดการชุมชน ท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามมาตรฐานการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน	<u>ชุมชนต้นแบบ</u> - ชุมชนท่าชัย จ. สุโขทัย - ชุมชนลาวเวียง จ. อุดรธานี <u>ชุมชนเรียนรู้</u> - ชุมชนพื้นที่วิจัย 6 พื้นที่ของกลุ่ม ภาคเหนือ และพื้นที่ ขยายผล รวม 10 ชุมชน <u>ภาคีเครือข่าย</u>	1. กิจกรรมการถอด บทเรียนความสำเร็จ ของชุมชนต้นแบบสู่ การนำไปใช้ประโยชน์เชิง ประยุกต์ของชุมชน เรียนรู้ 2. กิจกรรมการ เทียบเคียงองค์ความรู้ และระบบพี่เลี้ยงชุมชน ท่องเที่ยว 3. การให้คำปรึกษา เพื่อรับการประเมินการ	1. ชุมชนท่องเที่ยวที่ ได้รับการรับรอง สามารถเป็นพี่เลี้ยงและ สนับสนุนข้อมูล องค์ ความรู้ให้แก่ชุมชน ท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อการ รับรองและประเมินผล 2. ชุมชนท่องเที่ยวใน พื้นที่สามารถเข้าสู่ กระบวนการขอรับการ รับรองมาตรฐานการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน

ประเด็น	หน่วยงานที่ร่วมดำเนินการ	วิธีการดำเนินงาน	ผลที่เกิดขึ้น
	- สำนักรับรองระบบคุณภาพ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) - ท่องเที่ยวจังหวัด - องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่	ท่องเที่ยวโดยชุมชนของหน่วยงานผู้ประเมิน	3. ชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนขยายผลในแต่ละพื้นที่เข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวกับพื้นที่เป้าหมายเดิมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. การยกระดับโปรแกรม กิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงพาณิชย์	<u>ชุมชนใช้ประโยชน์</u> - ชุมชนท่องเที่ยวพื้นที่เป้าหมายการวิจัยทั้ง 8 พื้นที่ ใน 8 จังหวัดภาคเหนือ <u>หน่วยงานใช้ประโยชน์</u> - สมาคม/ชมรมท่องเที่ยวในจังหวัด - กลุ่มภาคเหนือตอนบน - กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง - บริษัทนำเที่ยวในพื้นที่ทั้งระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค - องค์การ/ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร เป็นต้น	1. การดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่มีประสบการณ์ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวถูกนำไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดและภูมิภาคผ่านองค์กรธุรกิจที่ประกอบการด้านการท่องเที่ยว	1. ชุมชนท่องเที่ยวได้เรียนรู้แนวทางการประกอบการเชิงธุรกิจกับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ตามบริบทที่แตกต่าง 2. เกิดการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวกับที่องค์กรธุรกิจ/ผู้ประกอบการมีอยู่เดิม

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำเปิดตารางสูตรของสูตร เครซี่และมอร์แกน เพื่อคำนวณหาขนาดของตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ประชากรทั้งหมด = 4,515 คน

ที่มา : <https://www.banwai.go.th/home> (เข้าถึง 8 พฤษภาคม /2565)

ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสูตร เครซี่และมอร์แกน ได้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยนี้ได้แก่

3.3.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปขยายความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นของแท้ดั้งเดิมและความพึงพอใจในพื้นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้สถานการณ์ Covid-19” โครงการการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จังหวัดเพชรบูรณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 เหตุผลของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดบริการของ ความพึงพอใจ ความเป็นของแท้ดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

3.3.2 การสัมภาษณ์

3.3.3 การสนทนากลุ่ม

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.4.1 แบบสอบถามเชิงปริมาณ จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านห้วย

3.4.2 ติดต่อประสานงานประชาชนในเขตพื้นที่ เพื่อนัดหมาย วัน เวลา ในการแจกแบบสอบถาม

3.4.3 จัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับกลุ่มตัวอย่าง

3.4.4 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด

3.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติวิเคราะห์ (Statistical Analysis) ตามเกณฑ์การตัดสินระดับความคิดเห็นสำหรับการตอบที่เป็นการตอบที่เป็นมาตรฐานค่า 5 ระดับเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปกำหนดเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดเป็นข้อคำถาม สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่าใช้แนวทางนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า เห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า เห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า เห็นด้วยมากที่สุด

วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ทำการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูล ในแต่ละประเด็นคำถาม ตามประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนา และรายงานผลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายในชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ พัฒนาศักยภาพชุมชนต้นแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืนของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลของการศึกษาได้แบ่งออกเป็นด้านต่างๆ มีดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล based line data
- 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 4.3 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม
- 4.4 ข้อมูลการรับรองมาตรฐาน (มผช.)

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล based line data

แผนงานยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง “โครงการการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำบนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ” มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ตารางที่ 4.1 แบบจัดเก็บข้อมูลพื้นฐาน (Base line data)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	Base line data หลังสิ้นสุดโครงการ
ชุมชนเป้าหมาย มีขีดความสามารถในการ บริหารจัดการ ธุรกิจท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิง สร้างสรรค์บน	1. ร้อยละของจำนวนชุมชนกลุ่มเป้าหมายที่รับ ความรู้และนำความรู้ไปใช้ดำเนินงานบริหาร จัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนและมีแผนธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวชุมชน หรือแผนชุมชนด้านการ ท่องเที่ยวต่อเนื่อง	ได้จำนวน 1 ชุมชน กลุ่มเป้าหมายร้อยละ 10 ได้ นำความรู้จากโครงการวิจัยไป ประยุกต์ใช้ในการบริหาร จัดการท่องเที่ยวโดยมีแผน ธุรกิจแผนจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจ ของชุมชนบ้านห้วย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	Base line data หลังสิ้นสุดโครงการ
ฐานอัตลักษณ์ ท้องถิ่น	2. จำนวนแหล่งเรียนรู้ที่มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน.... แห่ง/ปี	จำนวน 6 แห่ง ดังนี้ 1. อนุสรณ์สถานเมืองราด 2. เจดีย์พระนางสิงขรเทวีและ ข้าวสารดำวัดโพธิ์ชัย 3. เจดีย์พ่อขุนผาเมืองและต้น จำปาพันปี 4. ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจ พอเพียงเรือนตาน้อยโฮมสเตย์ 5. ศูนย์เรียนรู้กลุ่มผ้าไหมล่อน บ้านหวาย 6. จุดชมวิวดวัดโคกเจริญ
	3. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่มีมาตรฐานหรือคุณภาพอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด	-
	4. จำนวนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จำนวน....ผลิตภัณฑ์ / ปี / ชุมชน เป้าหมาย	ชุมชนได้รับมาตรฐานการ รับรองแล้ว จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1. ผ้าแพรวาใส่ปลาไหล 2. กระเป๋า 3. พวงกุญแจจากเศษผ้า 4. ย៉าม ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน สินค้า OTOP
	5. จำนวนโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานที่กำหนดไว้ จำนวน...หลัง	จำนวน 1 หลัง
	6. จำนวนของที่ระลึกที่ได้รับมาตรฐาน จำนวน ... ชิ้น	4 ชิ้น
	7. จำนวนนักรถลาดที่มีศักยภาพในการสื่อสารทางการท่องเที่ยว จำนวน คน	จำนวน 2 คน 1. นางเอี่ยมพร ก้อนดี

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	Base line data หลังสิ้นสุดโครงการ
		2. นายธีรพล วันเสน
	8. จำนวนนักสื่อความหมายในชุมชนที่มีศักยภาพในการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน จำนวน คน / ชุมชน	จำนวน 3 คน 1.นายศิริ กินยีน 2. นางเอี่ยมพร ก้อนดี 3. นายศุภชัย แก่นชา
	9. จำนวนเครือข่ายการทำงานท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน จำนวน..... เครือข่าย / ชุมชน	จำนวน 11 เครือข่าย 1. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ 2. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหล่มสัก 3. การศึกษานอกกระบบ (กศน.) หล่มสัก 4. สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ 6. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ 7. หอการค้าจังหวัดเพชรบูรณ์ 8. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 9. โรงเรียนพ่อขุนผาเมืองอุปถัมภ์ 10. วัดโพธิ์ชัยบ้านห้วย 11. วัดโคกเจริญ(โนนสาวเอ้)
	10. จำนวนประเภทของอาหารผ่านการรับรองอาหารปลอดภัยโดยกระบวนการมีส่วนร่วม จำนวน ประเภท / ชุมชน	-
	11. จำนวนการสร้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้นร้อยละ / ชุมชน	ร้อยละ 5 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	Base line data หลังสิ้นสุดโครงการ
	12. จำนวนชุมชนที่เข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน ธุรกิจ / ชุมชน	จำนวน 1 ธุรกิจ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มบ้าน หวายที่ได้รับมาตรฐานนกยูง จากกรมหม่อนไหม กระทรวง เกษตรและสหกรณ์
	13. จำนวนชุมชนมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จำนวน ชุมชน / ปี	จำนวน 1 ชุมชน ชุมชนห้วยโป่ง บ้านหวาย
รายได้จากการ ท่องเที่ยวโดย ชุมชนเพิ่มขึ้น	1. จำนวนผลิตภัณฑ์และโปรแกรมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ใหม่ที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว เป้าหมายและสร้างรายได้ให้กับชุมชน จำนวนผลิตภัณฑ์/ปี	มีจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ และ 1 โปรแกรมท่องเที่ยว 1. ผ้าแพรวาใส่ปลาไหล 2. กระเป่า 3. พวงกุญแจจากเศษผ้า 4. ย่าม 5. ผ้าชิ้นหัวแดงตีนก่าน (อยู่ในระหว่างการค้าดำเนินการ)
	2. จำนวนโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใหม่ที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป้าหมายและ สร้างรายได้ให้กับชุมชน จำนวนโปรแกรม/ปี	-
	3. ชุมชนมีรายได้สุทธิจากการท่องเที่ยว...บาท/ ปี (ย้อนหลัง 3 ปี หากมีข้อมูล)	-
	4. ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการและท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ มูลค่า บาท/ปี (หาก สามารถแยกรายละเอียดรายได้จากผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้)	100,000 บาทต่อปี
	5. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว	ร้อยละ 5
	6. จำนวนการสร้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้นร้อยละ / ชุมชน	ร้อยละ 5
	7. จำนวนการจ้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้นร้อยละ / ชุมชน	ร้อยละ 5

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	Base line data หลังสิ้นสุดโครงการ
จำนวน นักท่องเที่ยวใน ชุมชนเป้าหมาย เพิ่มขึ้น	1. จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อเดือน/ปี (ย้อนหลัง 3 ปี หากมีข้อมูล)	1,000 คน ต่อปี
	2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวใน ชุมชนเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	ร้อยละ 0 เกิดโรคเชื้อไวรัสโค วิด19
	3. จำนวนการรับรู้สื่อและความต้องการเดินทาง ท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ.....จากปีที่ผ่านมา (คน-ครั้ง)	ร้อยละ 10
	4. จำนวนการรับรู้ภาพลักษณ์พื้นที่ของ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ (คน-ครั้ง)	ร้อยละ 10
	5. จำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์/โปรแกรม/บริการการ ท่องเที่ยวในชุมชน คน	5 คน /โปรแกรม
บูรณาการและ ขับเคลื่อนระบบ จัดการงานวิจัย และพันธกิจ สัมพันธ์เพื่อ พัฒนาพื้นที่อย่าง เป็นระบบ	1. จำนวนระบบสารสนเทศเชื่อมโยงข้อมูลการ ท่องเที่ยวที่จำเป็นแบบออนไลน์เพื่อใช้ประโยชน์ ในการวิจัยและพัฒนาาร่วมกันของเครือข่าย จำนวน 1 ฐาน/ระบบ	1 ระบบกลไก
	2. จำนวนงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ นำไปสู่การใช้ประโยชน์ในชุมชน จำนวน ...เรื่อง ต่อปี	1 เรื่องต่อปี
	3. จำนวนโครงการ/กิจกรรมที่มีการบูรณาการ ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและภาคีที่เกี่ยวข้อง ที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการไม่ น้อยกว่า..โครงการ/กิจกรรม/ปี	5 โครงการต่อปี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล based line data หลังสิ้นสุดโครงการของการวิจัยท่องเที่ยวโดยชุมชน
บ้านห้วย อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ปีที่ 2 จากข้อมูลเบื้องต้นสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านชุมชนเป้าหมายมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิง
สร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

- มีชุมชนเป้าหมาย จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็น ร้อยละ 10 ได้นำความรู้จากโครงการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยมีแผนธุรกิจ แผนจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจของชุมชน บ้านห้วย

- มีแหล่งเรียนรู้ที่มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ อนุสรณ์สถานเมืองราด เจดีย์พระนางสิงขรเทวีและข้าวสารดำวัดโพนชัย เจดีย์พ่อขุนผาเมือง และต้นจำปาพันปี ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเรือนตาน้อยโฮมสเตย์ ศูนย์เรียนรู้กลุ่มผ้าไทหล่ม บ้านห้วย และ จุดชมวิวดโนสวเอ้

- มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้รับมาตรฐานการรับรองจาก มผช. แล้ว ได้แก่ ผ้าแพรวาใส่ปลาไหล กระเป๋า พวงกุญแจจากเศษผ้า และ ย่าม

- มีโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 1 คือ โฮมสเตย์ลุงน้อย

- มีของที่ระลึกที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 4 ชิ้น

- มีนักรการตลาดที่มีศักยภาพในการสื่อสารทางการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน

- มีนักสื่อความหมายในชุมชนที่มีศักยภาพในการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน จำนวน

3 คน

- มีเครือข่ายการทำงานท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน จำนวน 11 เครือข่าย

- มีการสร้างงานในชุมชน คือ กลุ่มวิสาหกิจผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 5

- ชุมชนที่เข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 1 ธุรกิจ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย

- ชุมชนมีระดับคุณภาพชีวิตดีขึ้น จำนวน 1 ชุมชน คือ ชุมชนห้วยโป่ง ตำบลบ้านห้วย

2. ด้านรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- ผลิตภัณฑ์และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใหม่ที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป้าหมายและสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อปี จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ 1 โปรแกรมท่องเที่ยว

- ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการและท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ มูลค่า 100,000 บาท/ปี

- รายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 5

- จำนวนการสร้างงานและจ้างงานในชุมชน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5

3. จำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนเป้าหมาย

- จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่าไม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น อันมีสาเหตุเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19

- การรับรู้สื่อและความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปีที่ผ่านมา

- การรับรู้ภาพลักษณ์พื้นที่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
- ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์/โปรแกรม/บริการการท่องเที่ยวในชุมชน 5 คน/โปรแกรม

4. ด้านบูรณาการขับเคลื่อนระบบจัดการงานวิจัยและพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่อย่างเป็นระบบ

- ระบบสารสนเทศเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวที่จำเป็นแบบออนไลน์เพื่อใช้ประโยชน์ในการวิจัยและพัฒนาาร่วมกันของเครือข่าย จำนวน 1 ฐาน/ระบบ จำนวน 1 ระบบกลไก
- งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ไปสู่การใช้ประโยชน์ในชุมชน จำนวน 1 เรื่อง/ปี
- โครงการ/กิจกรรมที่มีการบูรณาการความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและภาคีที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการไม่น้อยกว่า 5 โครงการต่อปี

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ตารางที่ 4.2 เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	187	46.8
หญิง	213	53.3
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีจำนวน 213 คน เพศชาย จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และ ร้อยละ 46.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 อายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	20	5.0
21 – 30 ปี	98	24.5
31 - 40 ปี	111	27.8
41 – 50 ปี	81	20.3
51 - 60 ปี	71	17.8
60 ปีขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-51 ปี จำนวน 111 คน รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 98 คน และมีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ร้อยละ 24.5 และร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	41	10.3
มัธยมศึกษา	143	35.8
อนุปริญญา	69	17.3
ปริญญาตรี	112	28.0
ปริญญาโท	28	7.0
ปริญญาเอก	7	1.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 143 คน รองลงมาคือจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 112 คน และจบการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ร้อยละ 28.0 และร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	32	8.0
รับราชการ	23	5.8
ข้าราชการบำนาญ	15	3.8
รัฐวิสาหกิจ	25	6.3
พนักงานเอกชน	77	19.3
ธุรกิจส่วนตัว	88	22.0
อาชีพอิสระ	105	26.3
อื่นๆ	35	8.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 105 คน รองลงมาคือทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 88 คน และเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ร้อยละ 22.0 และร้อยละ 19.3 ตามลำดับ ส่วนอาชีพอื่นๆ เช่น ช่างซ่อมรถยนต์ เกษตรกร กรรมกร รับจ้างทั่วไป เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตารางที่ 4.6 รายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	43	10.8
10,001-20,000 บาท	124	31.0
20,001-30,000 บาท	139	34.8
30,001-40,000 บาท	64	16.0
40,001-50,000 บาท	27	6.8
50,001 บาทขึ้นไป	3	.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 139 คน รองลงมามีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทจำนวน 124 คน และรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาทมีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ร้อยละ 31.0 และร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 เหตุผลของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
ตารางที่ 4.7 ท่านมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสิ่งใด

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	144	36.0
เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี	86	21.5
เพื่อร่วมทำกิจกรรมวิถีวัฒนธรรมกับชุมชน	61	15.3
เพื่อชมบรรยากาศและทัศนียภาพ	63	15.8
เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ	46	11.5
อื่นๆ	0	0
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 144 คน รองลงมาคือเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี จำนวน 86 คน และเพื่อชมบรรยากาศและทัศนียภาพ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ร้อยละ 21.5 และร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากช่องทางใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การรับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว		ร้อยละของจำนวนผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
ไลน์ (LINE)	82	10.2%	20.6%
เฟสบุ๊ก (Facebook)	207	25.8%	52.0%
ทวิตเตอร์ (Twitter)	67	8.3%	16.8%
อินสตาแกรม (Instagram)	59	7.3%	14.8%
เว็บไซต์ (WWW.)	149	18.6%	37.4%
ยูทูบ (Youtube)	45	5.6%	11.3%
เพจ (Page)	108	13.4%	27.1%
โทรทัศน์ (TV.)	32	4.0%	8.0%
วิทยุ	18	2.2%	4.5%
สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	33	4.1%	8.3%
อื่นๆ	3	0.4%	0.8%
รวม	803	100.0%	201.8%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเฟสบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือเว็บไซต์ (WWW.) คิดเป็นร้อยละ 37.4 และเพจ (Page) คิดเป็นร้อยละ 27.1 ส่วนที่ได้รับความนิยมน้อยคือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 8.3 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.9 ในการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือที่พักท่านใช้ช่องทางใดในการติดต่อประสานงานเป็นหลัก

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
ไลน์ (LINE)	95	23.8
เฟสบุ๊ก (Facebook)	148	37.0
ทวิตเตอร์ (Twitter)	8	2.0
อินสตาแกรม (Instagram)	20	5.0
โทรศัพท์	124	31.0
อีเมล (จดหมายอิเล็กทรอนิกส์)	4	1.0
อื่นๆ	1	.3
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือที่พักโดยติดต่อประสานงานผ่านเฟสบุ๊ก จำนวน 148 คน รองลงมาคือโทรศัพท์ จำนวน 124 คน และไลน์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ร้อยละ 31.0 และร้อยละ 23.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 การเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนท่านมักเดินทางไปในฤดูกาลใด

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
ฤดูร้อน	49	12.3
ฤดูฝน	47	11.8
ฤดูหนาว	99	24.8
ท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล	205	51.2
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ทุกฤดูกาล จำนวน 205 คน รองลงมาคือฤดูหนาว จำนวน 99 คน และฤดูร้อน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 ร้อยละ 24.8 และร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 รูปแบบโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ท่านมักใช้สำหรับการท่องเที่ยว

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง	151	37.8
ตามโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชน	100	25.0
ตามโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	98	24.5
อื่นๆ	51	12.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง จำนวน 151 คน รองลงมาคือตามโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชน จำนวน 100 คน และตามโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ร้อยละ 25.0 และร้อยละ 24.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับชุมชน

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบกิจกรรมงานหัตถกรรม จักสาน	53	13.3
รูปแบบกิจกรรมงานทอผ้า เขียนลายผ้า มัดย้อม	66	16.5
รูปแบบกิจกรรมงานปั้น เคลือบ ลงลักปิดทอง	25	6.3
รูปแบบกิจกรรมทำอาหาร ขนม เครื่องดื่มท้องถิ่น	53	13.3
รูปแบบกิจกรรมทำสิ่งประดิษฐ์	37	9.3
รูปแบบกิจกรรมเล่าประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรมชุมชน	50	12.5
รูปแบบกิจกรรมเดินป่า สำรวจธรรมชาติ	44	11.0
รูปแบบกิจกรรมจิตอาสา	26	6.5
รูปแบบกิจกรรมงานปฐมนิเทศน์ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น	30	7.5
รูปแบบกิจกรรมงานแกะสลัก	6	1.5
รูปแบบกิจกรรมงานเพนท์ภาพ	5	1.3
รูปแบบกิจกรรมการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์วิถีเกษตรกร (ฟาร์ม)	5	1.3
อื่นๆ	0	0
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับกิจกรรมงานทอผ้า เขียนลายผ้า มัดย้อม จำนวน 66 คน รองลงมาคือกิจกรรมงานหัตถกรรม จักสาน จำนวน 53 คน และกิจกรรมทำอาหาร ขนม เครื่องดื่มท้องถิ่น จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ร้อยละ 13.3 และร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
รถส่วนตัว	172	43.0
รถโดยสารสาธารณะ	74	18.5
รถเช่า	56	14.0
จักรยานยนต์	96	24.0
จักรยาน	2	.5
อื่นๆ	0	0
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้รถส่วนตัว จำนวน 172 คน รองลงมาคือจักรยานยนต์ จำนวน 96 คน และรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 ร้อยละ 24.0 และร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
ไป-กลับ	179	44.8
ค้างคืน 1 คืน	168	42.0
ค้างคืน 2 คืน	51	12.8
อื่นๆ	2	.5
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวแบบไป-กลับ จำนวน 179 คน รองลงมาคือค้างคืน 1 คืน จำนวน 168 คน และค้างคืน 2 คืน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ร้อยละ 42.0 และร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ท่านมักใช้วันใดสำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยว

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	84	21.0
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	235	58.8
วันหยุดนักขัตฤกษ์	79	19.8
อื่นๆ	2	.5
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักใช้วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) สำหรับเดินทางไปท่องเที่ยว จำนวน 235 คน รองลงมาคือวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวน 84 คน และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 ร้อยละ 21.0 และร้อยละ 19.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยวต่อครั้งท่านเสียค่าใช้จ่ายประมาณเท่าใด

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท	155	38.8
1,001-3,000 บาท	200	50.0
3,001-5,000 บาท	31	7.8
5,001-7,000 บาท	7	1.8
7,001-9,000 บาท	4	1.0
9,001 ขึ้นไป	3	.8
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายประมาณ 1,001-3,000 บาท ในระหว่างการท่องเที่ยวต่อครั้ง จำนวน 200 คน รองลงมาคือไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 155 คน และ 3,001-5,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ร้อยละ 38.8 และร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ความคาดหวังต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่านในแต่ละครั้งเป็นอย่างไร

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่คาดหวังเลย	184	46.0
ค่อนข้างคาดหวัง	143	35.8
คาดหวังมาก	73	18.3
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่คาดหวังเลยต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง จำนวน 184 คน รองลงมาคือค่อนข้างคาดหวัง จำนวน 143 คน และคาดหวังมาก จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ร้อยละ 35.8 และร้อยละ 18.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของท่านหรือไม่

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
ส่งผลต่อการตัดสินใจ	302	75.5
ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	98	24.5
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 302 คน รองลงมาคือไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 และร้อยละ 24.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ระหว่างการท่องเที่ยวท่ามกลางการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องใดเป็นสำคัญ

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	65	16.3
ความสะอาดและปลอดภัยด้านสุขอนามัย	95	23.8
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	70	17.5
เวลาที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว	25	6.3
มาตรการการป้องกันการระบาดของโรคโควิด-19 ของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว	90	22.5
สถานการณ์ประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA โดยแสดงป้ายมาตรฐาน	55	13.8

ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
อย่างชัดเจน		
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัยด้านสุขอนามัยระหว่างการท่องเที่ยวท่ามกลางการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จำนวน 95 คน รองลงมาคือมาตรการการป้องกันการระบาดของโรคโควิด-19 ของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 90 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ร้อยละ 22.5 และร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ท่านอยากให้แหล่งท่องเที่ยว (สถานที่ ข้อมูล) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องสถานที่ ข้อมูล		ร้อยละของจำนวน
	จำนวน	ร้อยละ	ผู้ตอบ
มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ	190	28.7%	47.5%
มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่าง/จำกัดจำนวนคน	236	35.6%	59.0%
มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวตลอดเวลา	170	25.6%	42.5%
มีจุดให้บริการล้างมือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และป้ายบอกวิธีการล้างมือที่ถูกสุขอนามัยในบริเวณบริการนักท่องเที่ยวจำนวนมาก	58	8.7%	14.5%
อื่นๆ	9	1.4%	2.3%
รวม	663	100.0%	165.8%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้แหล่งท่องเที่ยว (สถานที่ ข้อมูล) สร้างความมั่นใจเรื่องการใช้มาตรการรักษาระยะห่าง/จำกัดจำนวนคน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือมีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 47.5 และมีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 42.5

ตารางที่ 4.21 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ที่พัก) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องที่พัก		ร้อยละของจำนวนผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ	148	22.7%	37.2%
พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	258	39.5%	64.8%
พนักงานบริการมีการสวมถุงมืออนามัยตลอดเวลา	140	21.4%	35.2%
มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณห้องพัก	99	15.2%	24.9%
อื่นๆ	8	1.2%	2.0%
รวม	653	100.0%	164.1%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้ผู้ให้บริการ (ที่พัก) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาคือ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 37.2 และพนักงานบริการมีการสวมถุงมืออนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 35.2

ตารางที่ 4.22 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ร้านอาหาร) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องร้านอาหาร		ร้อยละของจำนวนผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ	147	18.2%	37.0%
พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	186	23.0%	46.9%
พนักงานบริการมีการสวมถุงมืออนามัยตลอดเวลา	203	25.2%	51.1%
มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณห้องพัก	140	17.3%	35.3%
มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม/จำกัดคนที่เข้ามาใช้บริการ	82	10.2%	20.7%

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องร้านอาหาร		ร้อยละของจำนวนผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีจุดให้บริการล้างมือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และป้ายบอกวิธีการล้างมือที่ถูกสุขอนามัย	45	5.6%	11.3%
อื่นๆ	4	0.5%	1.0%
รวม	807	100.0%	203.3%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้ผู้ใช้บริการ (ร้านอาหาร) สร้างความมั่นใจเรื่องมีพนักงานบริการมีการสวมถุงมืออนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาคือพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 46.9 และมีจุดคัดกรองการตรวจวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 37.0

ตารางที่ 4.23 ท่านอยากให้ผู้ใช้บริการ (การขนส่งสาธารณะ/ยานพาหนะ) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องการขนส่งสาธารณะ/ยานพาหนะ		ร้อยละของจำนวนผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม	157	22.2%	39.3%
มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ	214	30.3%	53.5%
พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	233	33.0%	58.3%
มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำ ความสะอาดบริเวณภายในยานพาหนะทุกครั้ง	92	13.0%	23.0%
อื่นๆ	11	1.6%	2.8%
รวม	707	100.0%	176.8%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้ผู้ใช้บริการ (การขนส่งสาธารณะ/ยานพาหนะ) สร้างความมั่นใจเรื่องมีพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือมีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 53.5 และมีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 39.3

ตารางที่ 4.24 ท่านอยากให้ผู้ใช้บริการ (ห้างสรรพสินค้า) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องห้างสรรพสินค้า		ร้อยละของ จำนวนผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ	210	34.2%	52.5%
พนักงานทุกคนในห้างสรรพสินค้ามีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	263	42.8%	65.8%
มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณภายในห้างสรรพสินค้า	136	22.1%	34.0%
อื่นๆ	5	0.8%	1.3%
รวม	614	100.0%	153.5%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้ผู้ใช้บริการ (ห้างสรรพสินค้า) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานทุกคนในห้างสรรพสินค้ามีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือมีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 52.5 และมีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณภายในห้างสรรพสินค้าคิดเป็นร้อยละ 34.0

ตารางที่ 4.25 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว		ร้อยละของจำนวนผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ	127	19.0%	31.8%
มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม	283	42.2%	70.9%
มีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	183	27.3%	45.9%
มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาด	76	11.3%	19.0%
อื่นๆ	1	0.1%	0.3%
รวม	670	100.0%	167.9%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้ผู้ให้บริการ (กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) สร้างความมั่นใจเรื่องมีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาคือมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 45.9 และมีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 31.8

ตารางที่ 4.26 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (การจัดกิจกรรมการประชุม/โรงละคร/โรงแรมหรู) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องการจัดกิจกรรมการประชุม/โรงละคร/โรงแรมหรู		ร้อยละของจำนวนผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ	164	23.9%	41.1%
พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	258	37.7%	64.7%
มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณห้องประชุม/โรงละคร/โรงแรมหรู	170	24.8%	42.6%
มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทาง	91	13.3%	22.8%

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องการจัดกิจกรรม การประชุม/โรงละคร/โรงมหรสพ		ร้อยละของจำนวน ผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
สังคม/จำกัดคนที่จะเข้ามาใช้บริการ			
อื่นๆ	2	0.3%	0.5%
รวม	685	100.0%	171.7%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้ผู้ให้บริการ (การจัดกิจกรรมการประชุม/โรงละคร/โรงมหรสพ) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือมีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะดวกบริเวณห้องประชุม/โรงละคร/โรงมหรสพ คิดเป็นร้อยละ 42.6 และมีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 41.1

ตารางที่ 4.27 ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตัวเลือก	การสร้างความมั่นใจเรื่องการจัดกิจกรรม การประชุม/โรงละคร/โรงมหรสพ		ร้อยละของจำนวน ผู้ตอบ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ	207	33.3%	51.7%
พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	271	43.6%	67.8%
มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะดวกบริเวณร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่นๆ	136	21.9%	34.0%
อื่นๆ	7	1.1%	1.8%
รวม	621	100.0%	155.3%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้ผู้ให้บริการ (ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือมีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ คิดเป็นร้อยละ 51.7 และมีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะดวกบริเวณร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 34.0

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดบริการของ ความพึงพอใจ ความเป็นของ
แท้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตารางที่ 4.28 ปัจจัยด้านการตลาดบริการของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
ด้านสถานที่	3.88	.59	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	.44	มาก
ด้านราคา	3.95	.49	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.95	.48	มาก
ด้านกระบวนการ	4.01	.52	มาก
ด้านบุคลากร	3.96	.49	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.89	.75	มาก
ด้านความเป็นของแท้งเดิม	3.82	.35	มาก
ด้านความพึงพอใจ	3.91	.34	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	.26	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดบริการของ
แหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.92, S.D = .26) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้าน
กระบวนการ ($\bar{X}$ = 4.01, S.D = .52) รองลงมาคือด้านบุคลากร ($\bar{X}$ = 3.96, S.D = .49) ด้านการ
ส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}$ = 3.95, S.D = .48) และด้านราคา ($\bar{X}$ = 3.95, S.D = .49) ตามลำดับ ส่วนด้านที่
มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านความเป็นของแท้งเดิม ($\bar{X}$ = 3.82, S.D = .35)

ตารางที่ 4.29 ด้านสถานที่

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
1. แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับการรับรองมาตรฐาน จากหน่วยงานภาครัฐ	3.98	.97	มาก
2. มีการแสดงป้ายบอกเส้นทางสำหรับการท่องเที่ยว ในชุมชน	3.84	.83	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัย	3.80	.77	มาก

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
4. มีจุดบริการตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19	3.89	.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	.59	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88, S.D = .59) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ ($\bar{X}$ = 3.98, S.D = .97) รองลงมาคือมีจุดบริการตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ($\bar{X}$ = 3.89, S.D = .77) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีที่จอดรถที่สะดวกปลอดภัย ($\bar{X}$ = 3.80, S.D = .77)

ตารางที่ 4.30 ด้านผลิตภัณฑ์

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
1. ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน	3.91	.67	มาก
2. ผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ	3.85	.66	มาก
3. ผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีหลากหลายรูปแบบและขนาดให้เลือก	3.98	.66	มาก
4. โปรแกรมการท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเลือก	3.90	.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	.44	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91, S.D = .44) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีหลากหลายรูปแบบและขนาดให้เลือก ($\bar{X}$ = 3.98, S.D = .66) รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X}$ = 3.91, S.D = .67) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ ($\bar{X}$ = 3.85, S.D = .66)

ตารางที่ 4.31 ด้านราคา

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.01	.70	มาก
2. สามารถต่อรองราคาได้เมื่อมีลูกค้าจำนวนมาก	3.93	.75	มาก
3. โปรแกรมการท่องเที่ยวมีความคุ้มค่ากับราคาที่นักท่องเที่ยวจ่าย	3.90	.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	.49	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95, S.D = .49) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.01, S.D = .70) รองลงมาคือสามารถต่อรองราคาได้เมื่อมีลูกค้าจำนวนมาก ($\bar{X}$ = 3.93, S.D = .75) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือโปรแกรมการท่องเที่ยวมีความคุ้มค่ากับราคาที่นักท่องเที่ยวจ่าย ($\bar{X}$ = 3.90, S.D = .69)

ตารางที่ 4.32 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย	3.98	.77	มาก
2. มีการส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาล	4.00	.68	มาก
3. มีการส่งเสริมการขายที่หลากหลายทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของฝาก/ของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน	3.94	.76	มาก
4. มีสื่อแนะนำการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA ของสถานประกอบการและการท่องเที่ยวโดยชุมชน	3.87	.68	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	.48	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95, S.D = .48) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีการส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาล ($\bar{X}$ = 4.00, S.D = .68) รองลงมาคือมีการ

นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย ($\bar{X}$ = 3.98, S.D = .77) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือมีสื่อแนะนำเสนอการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA ของสถานประกอบการและการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X}$ = 3.87, S.D = .68)

ตารางที่ 4.33 ด้านกระบวนการ

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. กระบวนการติดต่อประสานงานเพื่อเข้ามาในพื้นที่มีความสะดวก	3.98	.73	มาก
2. พื้นที่มีมาตรการการป้องกันโรคระบาดหรือโควิด 19	4.09	.75	มาก
3. มีช่องทางการติดต่อประสานงานที่หลากหลาย/รวดเร็ว/เข้าถึงง่าย	3.98	.75	มาก
4. มีแผนผังหรือสื่อที่แจ้งกระบวนการดูแล/ช่วยเหลือเกี่ยวกับการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวทราบ	3.99	.63	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	.52	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01, S.D = .52) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพื้นที่มีมาตรการการป้องกันโรคระบาดหรือโควิด 19 ($\bar{X}$ = 4.09, S.D = .75) รองลงมาคือมีแผนผังหรือสื่อที่แจ้งกระบวนการดูแล/ช่วยเหลือเกี่ยวกับการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวทราบ ($\bar{X}$ = 3.99, S.D = .63) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือกระบวนการติดต่อประสานงานเพื่อเข้ามาในพื้นที่มีความสะดวก ($\bar{X}$ = 3.98, S.D = .73) และมีช่องทางการติดต่อประสานงานที่หลากหลาย/รวดเร็ว/เข้าถึงง่าย ($\bar{X}$ = 3.98, S.D = .75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 ด้านบุคลากร

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ผู้นำเที่ยวหรือผู้แนะนำแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีที่เป็นกันเอง	3.87	.65	มาก
2. ชุมชนในพื้นที่มีความเป็นมิตรในการต้อนรับ	4.03	.66	มาก

นักท่องเที่ยว			
3. บุคลากรด้านสาธารณสุขในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ	3.99	.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96	.49	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D = .49) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือชุมชนในพื้นที่ที่มีความเป็นมิตรในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.03, S.D = .66) รองลงมาคือมีบุคลากรด้านสาธารณสุขในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ($\bar{X}$ = 3.99, S.D = .69) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือผู้นำเที่ยวหรือผู้แนะนำแหล่งท่องเที่ยวมีอัตราเสียไมตรีที่เป็นกันเอง ($\bar{X}$ = 3.87, S.D = .65)

ตารางที่ 4.35 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. บริเวณโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสะอาด	3.88	.63	มาก
2. มีการจัดระบบจราจรที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเป็นอย่างดี	4.08	2.58	มาก
3. ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดทัศนียภาพหรือจุดชมวิว	3.68	.66	มาก
4. บริเวณโดยรอบชุมชนมีการจัดระเบียบที่ถูกสุขอนามัย	3.91	.68	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89	.75	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.89, S.D = .75) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีการจัดระบบจราจรที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเป็นอย่างดี ($\bar{X}$ = 4.08, S.D = 2.58) รองลงมาคือบริเวณโดยรอบชุมชนมีการจัดระเบียบที่ถูกสุขอนามัย ($\bar{X}$ = 3.91, S.D = .68) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดทัศนียภาพหรือจุดชมวิว ($\bar{X}$ = 3.68, S.D = .66)

ตารางที่ 4.36 ด้านความเป็นของแท้ดั้งเดิม

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. มีสิ่งปลูกสร้างหรือสถาปัตยกรรมที่ยังเป็นแบบดั้งเดิมภายในชุมชน	3.75	.73	มาก
2. ท่านมีความประทับใจในสิ่งปลูกสร้างหรือการตกแต่งแบบดั้งเดิม	3.93	.64	มาก
3. มีการผสมผสานทัศนียภาพ ภูมิสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิมของชุมชน	3.90	.70	มาก
4. มีบรรยากาศที่ทำให้ย้อนเห็นถึงความเป็นชุมชนดั้งเดิม	3.67	.69	มาก
5. ชุมชนมีการจัดแสดงกิจกรรมท้องถิ่นแบบดั้งเดิม	3.82	.65	มาก
6. สินค้า/ของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์แบบดั้งเดิมของชุมชน	3.85	.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82	.35	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านความเป็นของแท้ดั้งเดิมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.82, S.D = .35) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือท่านมีความประทับใจในสิ่งปลูกสร้างหรือการตกแต่งแบบดั้งเดิม ($\bar{X}$ = 3.93, S.D = .64) รองลงมาคือมีการผสมผสานทัศนียภาพ ภูมิสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิมของชุมชน ($\bar{X}$ = 3.90, S.D = .70) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือมีบรรยากาศที่ทำให้ย้อนเห็นถึงความเป็นชุมชนดั้งเดิม ($\bar{X}$ = 3.67, S.D = .69)

ตารางที่ 4.37 ด้านความพึงพอใจ

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความพึงพอใจโดยรวมของการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามความคาดหวังของท่าน	3.95	.72	มาก
2. ท่านได้รับความรู้/ข้อมูลประวัติศาสตร์/ความเป็นมาของชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.10	.73	มาก
3. ท่านพอใจกับการจัดการเส้นทาง/โปรแกรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน	3.89	.67	มาก

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
4. ท่านพอใจกับการให้บริการในการต้อนรับนักท่องเที่ยวของชุมชนในช่วงที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว	3.85	.64	มาก
5. ท่านพอใจกับการจัดการด้านที่พัก/สถานที่/อาหารท้องถิ่น/การแสดงของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.83	.65	มาก
6. ท่านพอใจกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย ที่เสียไป	3.85	.64	มาก
7. ท่านพอใจกับมาตรการการป้องกัน ดูแลช่วยเหลือเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในพื้นที่	3.91	.61	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	.34	มาก

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91, S.D = .34) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือท่านได้รับความรู้/ข้อมูลประวัติศาสตร์/ความเป็นมาของชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X}$ = 4.10, S.D = .73) รองลงมาคือความพึงพอใจโดยรวมของการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามความคาดหวังของท่าน ($\bar{X}$ = 3.95, S.D = .72) ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือท่านพอใจกับการจัดการด้านที่พัก/สถานที่/อาหารท้องถิ่น/การแสดงของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3.83, S.D = .65)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อมาตรการสุขอนามัยเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 หรือโรคอุบัติใหม่ สำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลังจากนี้ (อาทิ จุดคัดกรอง/ผู้ให้บริการ/สถานที่/มาตรการการเว้นระยะห่าง/การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับไวรัสโควิด เป็นต้น)

ชุมชนต้องมีมาตรฐานการควบคุมโรคโควิด-19 อย่างเข้มงวด มีการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาลตำบล เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ชุมชนควรทำแผนที่ชุมชน พัฒนาให้มีจุดเด่นและอัตลักษณ์ สร้างเป็นแลนด์มาร์กทางการท่องเที่ยว เสริมด้วยการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงง่าย สะดวกรวดเร็ว และทันสมัย

ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันคิดและพัฒนาแผนหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเชิญ ชวน ชิมอาหาร การแข่งขันจักรยาน การจัดการรวานบิกไบค์ งานดนตรีในสวน งานร่วางพื้นบ้าน เป็นต้น

4.3 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์

1. รูปแบบของการดำเนินการในการด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ชุมชนของท่านได้ดำเนินการในปัจจุบันมีการดำเนินการเช่นไร รวมทั้งมีรูปแบบ ลักษณะ และแนวทางการดำเนินการอย่างไร

รูปแบบของการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านห้วย อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ การริเริ่มสร้างสรรค์ของคนในชุมชนบ้านห้วยได้จัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนขึ้นโดยมีคณะกรรมการดำเนินงานโดยแจ้งให้อำเภอและพัฒนาการอำเภอท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์และหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนทราบถึงวัตถุประสงค์ของชุมชน

ด้านการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชนบ้านห้วย จะประสานสร้างภาคีเครือข่ายของคนในชุมชน และนอกชุมชนทั้งนี้จะได้รับความอนุเคราะห์จากองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านห้วยองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์การศึกษานอกกระบบ (กศน.) จังหวัดเพชรบูรณ์และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์หน่วยงานดังกล่าวได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับท่องเที่ยวชุมชนบ้านให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์โดยมีผู้แทนชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว บอกเล่าถึงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของชุมชนด้านองค์การท้องถิ่นได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จัดศึกษาดูงานระหว่างภาคเหนือภาคอีสานโดยการให้ความรู้ด้านการบริหารส่วนท้องถิ่นให้ความรู้ความรู้ด้านการดำรงชีพของประชาชนตำบลบ้านห้วยอันสะท้อนให้เห็นความสำคัญด้านศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันล้ำค่า ชุมชนได้จัดบ้านที่มีศักยภาพพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวก็จัดให้มีโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวมาพักหรือได้ศึกษาข้อมูลรวมทั้งได้เรียนรู้ร่วมกันกับชุมชนบ้านห้วย

ลักษณะของการดำเนินการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านห้วยได้มีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์และสื่อต่างๆ โดยแจ้งความประสงค์ให้สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นที่พึ่งพิงที่ปรึกษาและได้รับความร่วมจากพัฒนาการอำเภอลำสักที่อำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์ได้จัดทำหนังสือและแผ่นพับประชาสัมพันธ์แจกให้กับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

แนวทางการดำเนินการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านห้วย ได้จัดให้มีกิจกรรมประจำมาตลอดซึ่งเป็นการส่งเสริมให้อนุชนได้ทราบถึงความสำคัญของชุมชน เช่น การจัดงานประเพณีไหว้พ่อนุญเส็งกลองล่องโคมไฟ ประเพณีลอยกระทงบริเวณอนุสรณ์สถานเมืองราดพ่อนุญผาเมือง การจัดงานไหว้พระเจ้าตากแดดของวัดโพธิ์ชัยบ้านห้วยซึ่งเป็นที่มีความสำคัญทางศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของ (เมืองราด) บ้านห้วย อันสะท้อนให้เห็นความสำคัญของประวัติศาสตร์เมืองราดสมัยพ่อนุญผาเมือง

2. ภายในชุมชนของท่านมีทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรอะไรบ้างที่เอื้อต่อการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรแต่ละด้านมีความโดดเด่นหรืออัตลักษณ์อย่างไร

ชุมชนบ้านห้วย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ มีทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรที่สำคัญคือชุมชนแห่งนี้เป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ที่จังหวัดเพชรบูรณ์ได้ก่อสร้างศูนย์รวมใจไทหล่มเมืองราดขึ้นในบริเวณหมู่ 1 บ้านห้วยโป่ง ตำบลบ้านห้วยเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและศึกษาประวัติศาสตร์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านสังคม ชนเหล่าชาติพันธุ์ ความเป็นมาของไทหล่มตามประวัติศาสตร์การศึกษาชนพื้นเมืองหล่มสัก หล่มเก่า นั้นเป็นคนลาวที่อพยพเข้ามาอยู่ประเทศไทยเป็นเวลานาน และได้นำเอาวัฒนธรรม ภาษา การแต่งกาย ที่ดูสวยงามมาเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนไทหล่ม บ้านห้วย นั่นก็คือผ้าซิ่นหัวแดงตีนก่านผ้าแพรวไล่ปลาไหลเป็นต้น

ความโดดเด่นของชุมชนบ้านห้วย

ชุมชนไทหล่มบ้านได้ร่วมตัวกันจัดตั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชนขึ้น โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างจริงจังและคนในชุมชนได้ตระหนักถึงบ้านเกิดจึงได้ร่วมตัวกันจัดตั้งกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยขึ้นมาซึ่งผ้าที่ทอนั้นเป็นผ้าไหมบ้างผ้าฝ้ายบ้างซึ่งมีความงามสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชาติพันธุ์ ต่อมาหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนได้ให้ความสนใจของคนในชุมชนจึงได้เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการทอผ้าด้วยมือของสตรีแม่บ้าน พัฒนาต่อยอดจากผ้าซิ่นหัวแดงตีนก่าน มีการนำเศษผ้ามาทำเป็นพวงกุญแจ กระเป๋าผ้าไหม ผ้าแพรวไล่ปลาไหล ถ้วยย่าม ผ้าขาวม้า ผ้ารูปทรงอื่นๆ เป็นต้น

ทุนทางทรัพยากรของชุมชนบ้านห้วย ชุมชนมีความร่วมมือกันในการสร้างงานผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มโดยมีคณะผู้วิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์และมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือได้ส่งเสริมแนะนำให้กลุ่มผ้าทอไทหล่มบ้านห้วยได้จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยขึ้นในปีการทำวิจัยปีที่1 เรียบร้อยแล้วให้เป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับกลุ่มสตรีผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย นอกจากนี้ยังมีองค์การภาครัฐภาคเอกชนได้ร่วมกับกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนบ้านห้วยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้ได้รับมาตรฐาน (มผช.) แล้วจำนวน ๕ ผลิตภัณฑ์ และกำลังพัฒนาอีกหลายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้

บ่งบอกถึงความรู้ความสามารถของคนในชุมชนที่ป็นภาคความตั้งใจมั่นในการสร้างจุดเด่นที่สำคัญของชุมชนอย่างแท้จริง

ทุนทางทรัพยากรของชุมชน บ้านหวายมีอนุสรณ์สถานเมืองรัตเป็นจุดท่องเที่ยวของชุมชนที่บอกเล่าความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดเพชรบูรณ์ มีเจดีย์พระนางสิงขรเทวีที่มีอายุนานนับพันปีสร้างในสมัยพ่อขุนผาเมืองบอกถึงความรักความยิ่งใหญ่ของพระนางสิงขรเทวีกับพ่อขุนผาเมือง ชุมชนมีโบราณสถานข้าวสารดำ ในตำนานอายุนับพันปีในบริเวณวัดโพธิ์ชัยบ้านหวายและมีพระเจ้าตากแดดที่เป็นพระคู่บ้านคู่เมืองรัต ชุมชนมีวัฒนธรรมภาษาที่แตกต่างจากหลายจังหวัดเดิมเป็นภาษาลาวหลวงพระบาง นอกจากชุมชนมีสิ่งสำคัญที่กล่าวมาแล้วยังมีความสะดวกสบายในการเดินทางเชื่อมกับเส้นทางสาย 12 โคริดอ อาเซียน เส้นทางถนนสาย 21 สระบุรี หล่มสัก และใกล้เส้นทางท่องเที่ยวเขาค้อ อำเภอเขาค้อ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว อุทยานภูกระดึงจังหวัดเลย อุทยานทุ่งกะมัง จังหวัดชัยภูมิและเส้นทางไปอุทยานศรีเทพเมืองเก่าด้วย

3. หากมีการนำทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรจากข้อที่ 2 มาสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน ท่านคิดว่าทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรใดมีความเหมาะสมที่สุด และสามารถดำเนินการพัฒนา สร้างสรรค์อย่างไรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การนำทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรที่ชุมชนบ้านหวายมีอยู่แล้ว มาสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรที่มีความเหมาะสมที่สุด และสามารถดำเนินการพัฒนา สร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคือการพัฒนารายได้จากผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านหรือที่เรียกว่าผ้าทอไทหล่มให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับชาติปัจจุบันกลุ่มผ้าทอไทหล่มได้จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนแล้วได้พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานหลายชิ้นได้รับรางวัลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนหลายอย่างนั่นคือทรัพยากรที่ชุมชนจะสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นอีกได้ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นความขึ้นชอบให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การจัดการด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชนของท่านในปัจจุบัน มีช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์ และออฟไลน์อะไรบ้าง และท่านมีความต้องการในการพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบ กระบวนการอะไร รวมทั้งบุคคลที่ควรได้รับการพัฒนาด้านการตลาดจะสามารถพัฒนาอย่างไรเพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ของท่าน

ปัจจุบันชุมชนบ้านหวายจัดทำเว็บไซต์ท่องเที่ยว การทำแผ่นพับ หนังสือท่องเที่ยวที่สำคัญการทำตลาดออนไลน์ และออฟไลน์ มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกบูธในงานระดับจังหวัด ระดับอำเภอ และการนำผลิตภัณฑ์ไปร่วมแสดงการตลาดในระดับชาติ การตลาดได้รับความอนุเคราะห์จากจังหวัดเพชรบูรณ์รณรงค์ให้หน่วยงานรัฐหน่วยงานเอกชนสวมใส่ผ้าทอผ้าไทยพื้นบ้าน กลุ่มผ้าทอชุมชนไทหล่มบ้านหวายได้นำผ้าทอไปร่วมจัดแสดงและจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยนเรศวรด้วยที่กล่าวมานั้นเป็นการ

สร้างตลาดของชุมชนทั้งตลาดออนไลน์ และออฟไลน์ ชุมชนบ้านห้วยมีความต้องการในการพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบ กระบวนการภาคีเครือข่ายในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ รวมทั้งบุคคลที่ควรได้รับการพัฒนาด้านการตลาดจะสามารถพัฒนาความรู้ด้านการขายช่องทางการขายตลาดและที่สำคัญมหาวิทยาลัยควรสนับสนุนความรู้ทางวิชาการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่สอดคล้องกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ด้วยและสนับสนุนด้านการตลาดทางออนไลน์ และออฟไลน์ให้กับชุมชนบ้านห้วยเนื่องจากกลุ่มผ้าทอบางคนไม่มีความรู้ความสามารถในการใช้สื่อที่ทันสมัยในการทำตลาดในโลกปัจจุบัน

5. การยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ท่านเห็นว่ามีความพร้อมสำหรับการยกระดับเพื่อเข้าสู่การรับรองมาตรฐานควรเป็นผลิตภัณฑ์อะไร และมีแนวทางในการยกระดับเพื่อการรับรองมาตรฐานและเป็นสินค้าพรีเมียมได้อย่างไร

ชุมชนบ้านห้วยมีความพร้อมที่จะยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพราะชุมชนมีประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานมาแล้วจำนวน ๕ ผลิตภัณฑ์ และมีแนวทางในการยกระดับเพื่อการรับรองมาตรฐานและเป็นสินค้าพรีเมียมได้ก็ต้องพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผ้าทอไทหล่มโดยการเรียนรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่สำคัญกลุ่มจะต้องมีความรัก สามัคคี เสียสละ มีความอดทนและมีกำลังใจที่เข้มแข็งพร้อมที่จะเดินไปข้างสู่ความสำเร็จ

6. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อรับการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรดำเนินการอย่างไร และแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเครือข่ายภาคเหนือ ไปสู่ชุมชนอื่นควรมีการดำเนินการอย่างไรเพื่อชุมชนอื่นๆ สามารถเรียนรู้และพัฒนาเข้าสู่การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เรามีวัด มีโรงเรียน องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านห้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์ การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) พัฒนาการอำเภอหล่มสัก อุทยานแห่งชาติ ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์เป็นพี่เลี้ยงให้ความรู้และส่งเสริมสนับสนุนด้านภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติตลอดจนสามารถนำองค์ความรู้ถ่ายทอดให้ชุมชนอื่นได้

สรุปผลการสัมภาษณ์

รูปแบบของการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานด้านการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชนมีผู้แทนชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว บอกเล่าถึงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของชุมชน ด้านศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อ่านล้ำค่ามีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ และสื่อต่างๆ มีหนังสือและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ได้จัดให้มีกิจกรรมประจำปีมาตลอดซึ่งเป็นการส่งเสริมให้อุณหภูมิได้ทราบถึงความสำคัญของชุมชน ชุมชนบ้านห้วย มีทุนทางสังคม เป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ที่จังหวัดเพชรบูรณ์ได้ก่อสร้าง

ศูนย์รวมอนุรักษ์เมืองราชขึ้นในบริเวณหมู่ 1 ตำบลบ้านหวายเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและศึกษาประวัติศาสตร์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ **ความโดดเด่นของชุมชนบ้านหวาย** จัดตั้งกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านหวายขึ้นมาซึ่งผ้าที่ทอนั้นเป็นผ้าไหมบ้างผ้าฝ้ายบ้างซึ่งมีความงามสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชาติพันธุ์ พัฒนาต่อยอดจากผ้าชิ้นหัวแดงตีนก่าน มีการนำเศษผ้ามาทำเป็น พวงกุญแจ กระเป๋าผ้าไหม ผ้าแพรใส่ปลาไหล ถูย่าม ผ้าขาวม้า ผ้ารูปทรงต่างๆ ทูทางทรัพยากรของชุมชนบ้านหวาย ชุมชนมีความร่วมมือกันในการสร้างงานผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่ม ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้ได้รับมาตรฐาน (มผช.) เรียบร้อยแล้วจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ และกำลังพัฒนาอีกหลายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ บ่งบอกถึงความรู้ความสามารถของคนในชุมชนที่ปลื้มความตั้งใจมั่นในการสร้างจุดเด่นที่สำคัญของชุมชนอย่างแท้จริง **ทูทางทรัพยากรของชุมชน** บ้านหวายมีอนุสรณ์สถานเมืองราชเป็นจุดท่องเที่ยวของชุมชนที่บอกเล่าความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การนำทูทางสังคมหรือทูทางทรัพยากรที่ชุมชนบ้านหวายมีอยู่แล้ว มาสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านหรือที่เรียกว่าผ้าทอไทหล่มให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับชาติปัจจุบันกลุ่มผ้าทอไทหล่มได้จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนแล้วได้พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานหลายชิ้นได้รับรางวัลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนหลายอย่าง ชุมชนบ้านหวายมีความพร้อมที่จะยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพราะชุมชนมีประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานมาแล้วจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ และมีแนวทางในการยกระดับเพื่อการรับรองมาตรฐานและเป็นสินค้าพรีเมียมได้ก็ต้องพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผ้าทอไทหล่มโดยการเรียนรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ให้ความสำเร็จการสร้างความสำเร็จของชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน

4.4 ผลการวิเคราะห์การสนทนากลุ่ม

1. ประเด็นรูปแบบของการดำเนินการในการด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ชุมชนของท่านได้ดำเนินการในปัจจุบันมีการดำเนินการเช่นไร รวมทั้งมีรูปแบบ ลักษณะ และแนวทางการดำเนินการอย่างไร

ชุมชนท่องเที่ยวบ้านหวายจากการได้สอบถามผู้ที่เดินทางมาเที่ยวจากต่างจังหวัดข้อคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวได้ให้ข้อคิดเห็นเป็นข้อๆ พอที่จะนำมาสนทนากลุ่มให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ดังนี้คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี และเพื่อชมบรรยากาศและทัศนียภาพนักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเฟซบุ๊ก (Facebook) เว็บไซต์ (WWW.) และเพจ (Page) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ นักท่องเที่ยวมักเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ทุกฤดูกาล แต่มีมามากก็คือฤดูหนาวนักท่องเที่ยวจะมีแผนไปเที่ยวที่อำเภอเขาค้อ ภูทับเบิก อำเภอ

หล่มเก่า และไปเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวหรือศรีเทพเมืองเก่าเป็นต้น ข้อมูลที่ได้มานี้ คณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยวบ้านห้วยได้นำมาสร้างเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยนำข้อคิดเห็นของแต่ละคนมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันจนได้รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ด้านนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือชุมชนในพื้นที่มีความเป็นมิตรในการต้อนรับนักท่องเที่ยว มีบุคลากรด้านสาธารณสุขในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ผู้นำเที่ยวหรือผู้แนะนำแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีที่เป็นกันเอง เป็นการสร้างความประทับใจเกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสิ่งนี้เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่งชุมชนบ้านห้วยจึงนำมาสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีการจัดระบบจราจรที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเป็นอย่างดี บริเวณโดยรอบชุมชนมีการจัดระเบียบที่ถูกสุขอนามัย และในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดทัศนียภาพหรือจุดชมวิว รูปแบบด้านบุคลากรการให้บริการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบที่ต้องคอยปรับปรุงแก้้อยู่ตลอด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านห้วย

2. ประเด็นทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรของชุมชนที่เอื้อต่อการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรแต่ละด้านมีความโดดเด่นหรืออัตลักษณ์ของชุมชน

นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับกิจกรรมงานทอผ้า เย็นลายผ้า มัดย้อม และกิจกรรมงานหัตถกรรม จักสาน และกิจกรรมทำอาหาร ขนม เครื่องดื่มท้องถิ่นบ้านห้วยทุนเดิมที่ชุมชนมีอยู่ปัจจุบันคือเรื่องผ้าทอไทหล่มและทุนที่มีด้านประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านห้วยก็คืออนุสรณ์สถานเมืองรัตและสิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้องกับพ่อขุนผาเมืองในสมัยที่พระองค์ท่านปกครองเมืองรัต จึงมีความโดดเด่นทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวบางคนมาพักค้างคืนที่โฮมสเตย์บางคนไปเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวอื่นต่อไปโดยใช้รถส่วนตัว หรือรถจักรยานยนต์ และรถโดยสารสาธารณะใช้เวลาในการท่องเที่ยวแบบไป-กลับ นักท่องเที่ยวใช้วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) สำหรับเดินทางไปท่องเที่ยว หรือมาในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทั้งนี้ ทำให้ชุมชนบ้านห้วยเกิดความภาคภูมิใจในทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรของชุมชนที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนรวมทั้งมีการอนุรักษ์และรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนไว้สู่อุ่นสืบไป

3. ประเด็นการนำทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรจากข้อที่ 2 มาสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน ท่านคิดว่าทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรใดมีความเหมาะสมที่สุด และสามารถดำเนินการพัฒนา สร้างสรรค์อย่างไรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มของชุมชนมีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอคือผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีหลากหลายรูปแบบและขนาดให้เลือก ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน ผลิตภัณฑ์ในชุมชนบ้านห้วยมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ

ด้านความพึงพอใจโดยเฉพาะปัจจัยด้านความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้/ข้อมูลประวัติศาสตร์/ความเป็นมาของชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ความพึงพอใจของการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามความคาดหวังของชุมชนรวมทั้งด้านที่พัก/สถานที่/อาหารท้องถิ่น/การแสดงของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐานความเป็นของแท้ดั้งเดิมของชุมชนซึ่งนักท่องเที่ยวมีความประทับใจในสิ่งปลูกสร้างหรือการตกแต่งแบบดั้งเดิม มีการผสมผสานทัศนียภาพ ภูมิสถาปัตย์แบบดั้งเดิมของชุมชน มีบรรยากาศที่ทำให้ย้อนเห็นถึงความเป็นชุมชนดั้งเดิมตั้งแต่สมัยเมืองรัตนในยุคของพระขุนผาเมือง

4. ประเด็นการจัดการด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชนของท่านในปัจจุบัน มีช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์ และออฟไลน์อะไรบ้าง และท่านมีความต้องการในการพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบ กระบวนการอะไร รวมทั้งบุคคลที่ควรได้รับการพัฒนาด้านการตลาดจะสามารถพัฒนาอย่างไรเพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ของท่าน

การสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนมีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดสูงสุดคือมีการส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาล การนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลายมีสื่อแนะนำเสนอการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA ของสถานประกอบการและการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5. ประเด็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ท่านเห็นว่าจะมีความพร้อมสำหรับการยกระดับเพื่อเข้าสู่การรับรองมาตรฐานควรเป็นผลิตภัณฑ์อะไร และมีแนวทางในการยกระดับเพื่อการรับรองมาตรฐานและเป็นสินค้าพรีเมียมได้อย่างไร

ชุมชนได้จัดตั้งกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านขึ้นโดยได้เชิญชวนผู้สูงอายุหรือกลุ่มสตรีแม่บ้านรวมกลุ่มกันทอผ้าซึ่งเดิมทีนั้นต่างคนทอที่บ้านของแต่ละคนต่อมาจึงเกิดการสร้างกลุ่มขึ้นเพื่อเกิดความสะดวกในการพัฒนาศักยภาพของการทอผ้าและของฝากของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวต่อมากลุ่มทอผ้าได้รับการแนะนำจากนักวิจัยท่องเที่ยวชุมชนบ้านห้วยในปี พ.ศ. 2563 ให้ไปขอจดแจ้งจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอไหมลุ่มบ้านห้วยเพื่อให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขายที่มีความพึงพอใจของประชาชนในกลุ่ม นอกจากนี้กลุ่มผ้าทอได้นำผลิตภัณฑ์เข้าร่วมยกระดับได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (มอช.) ในที่สุดผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านห้วยก็ได้รับรองคุณภาพมาตรฐาน (มผช.) จำนวน 5 ชิ้น กำลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นต่อไป ด้านที่พักโฮมสเตย์อยู่ในระหว่างกำลังพัฒนาและรอรับรองมาตรฐานที่พักเช่นเดียวกัน

6. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อรับการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรดำเนินการอย่างไร และแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเครือข่ายภาคเหนือ ไปสู่ชุมชนอื่นควรมีการดำเนินการอย่างไรเพื่อชุมชนอื่นๆ สามารถเรียนรู้และพัฒนาเข้าสู่การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

ด้านกระบวนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อรับการประเมินมาตรฐานท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วย ปัจจัยด้านกระบวนการบุคคลในการจัดการท่องเที่ยว คือพื้นที่ที่มีมาตรการการป้องกันโรคระบาดหรือโควิด 19 มีแผนผังหรือสื่อที่แจ้งกระบวนการดูแล/ช่วยเหลือเกี่ยวกับการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวทราบ มีกระบวนการติดต่อประสานงานเพื่อเข้ามาในพื้นที่ที่มีความสะดวก และมีช่องทางการติดต่อประสานงานที่หลากหลาย/รวดเร็ว/เข้าถึงง่ายตามลำดับ

สรุปการสนทนากลุ่ม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี และเพื่อชมบรรยากาศและทัศนียภาพ นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเฟสบุ๊ก (Facebook) เว็บไซต์ (WWW.) และเพจ (Page) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ผู้นำเที่ยวหรือผู้แนะนำแหล่งท่องเที่ยวมีอัตตาศัยไมตรีที่เป็นกันเอง เป็นการสร้างความประทับใจเกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสิ่งนี้เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่งชุมชนบ้านห้วยจึงนำมาสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน บริเวณโดยรอบชุมชนมีการจัดระเบียบที่ถูกสุขอนามัย และในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดทัศนียภาพหรือจุดชมวิว รูปแบบด้านบุคลากรการให้บริการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบที่ต้องคอยปรับปรุงแก้้อยู่ตลอดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านห้วย

นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับกิจกรรมงานทอผ้า เขียนลายผ้า ทุนเดิมที่ชุมชนมีอยู่ปัจจุบันคือเรื่องผ้าทอไทหล่มและทุนที่มีด้านประวัติศาสตร์เมืองรัตนอนุสรณ์สถาน จึงมีความโดดเด่นทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอคือผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีหลากหลายรูปแบบและขนาดให้เลือก ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน

ด้านความพึงพอใจโดยเฉพาะปัจจัยด้านความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้/ข้อมูลประวัติศาสตร์/ความเป็นมาของชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ด้านการส่งเสริมการตลาดสูงสุดคือมีการส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาล การนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลายมีสื่อแนะนำเสนอการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA ของสถานประกอบการและการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชนได้จัดตั้งกลุ่มทอผ้าไทหล่ม การทอผ้าและของฝากของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวต่อมา กลุ่มทอผ้าได้รับการแนะนำจากนักวิจัยท่องเที่ยวชุมชนบ้านห้วยในปี พ.ศ. 2563 ให้ไปขอจดแจ้งจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอไทหล่มบ้านห้วยเพื่อให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์และการส่งเสริม

การขาย กลุ่มผ้าทอได้นำผลิตภัณฑ์เข้าร่วมยกระดับให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (มผช.) จำนวน 4 ชิ้น

ด้านกระบวนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อรับการประเมินมาตรฐานท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านหวาย ปัจจัยด้านกระบวนการบุคคลในการจัดการท่องเที่ยว คือพื้นที่มีมาตรการป้องกันโรคระบาดหรือโควิด 19 มีแผนผังหรือสื่อที่แจ้งกระบวนการดูแล/ช่วยเหลือเกี่ยวกับการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวทราบ

4.5 ข้อมูลการรับรองมาตรฐาน (มผช.)

เลขที่ ๒๕๗-๑๑/๔๑๗(พช)



จังหวัดเพชรบูรณ์
โดย
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์
ให้ใบรับรองฉบับนี้ไว้เพื่อแสดงว่า

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านทราย

ได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับ

กระเป๋ากู้ มาตรฐานเลขที่ มผช.๔๑๑/๒๕๕๘

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง กระเป๋ากู้

สถานที่ทำชื่อ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านทราย

เลขที่ ๔๓ ตรอก/ซอย - ถนน - หมู่ที่ ๑

ตำบล บ้านทราย อำเภอ หล่มสัก จังหวัด เพชรบูรณ์

ออกให้ ณ วันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔


 (นายฤกษ์ คมเมือง)
 ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบูรณ์



ประธานกรรมการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์

มีผลบังคับใช้ วันที่ ๑๕ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สิ้นอายุ วันที่ ๑๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๗

ภาพที่ 4.1 ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทกระเป๋ากู้

เลขที่ ๒๕๕-๖/๑๙๗(พช)



จังหวัดเพชรบูรณ์
โดย
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์
ให้ใบรับรองฉบับนี้ไว้เพื่อแสดงว่า

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านทราย

ได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับ

ผ้าขาวม้า

มาตรฐานเลขที่

มพช.๑๙๗/๒๕๕๗

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง

ชนิดเส้นใยผสม

สถานที่ทำชื่อ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านทราย

เลขที่

๔๓

ตรอก/ซอย

-

ถนน

-

หมู่ที่

๑

ตำบล

บ้านทราย

อำเภอ

หล่มสัก

จังหวัด

เพชรบูรณ์

ออกให้ ณ วันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔



(Signature)

(นายกฤษณ์ คงเมือง)

ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบูรณ์

ประธานกรรมการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์

มีผลบังคับใช้ วันที่ ๑๕ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สิ้นอายุ วันที่ ๑๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๗

ภาพที่ 4.2 ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทผ้าขาวม้า

เลขที่ ๒๕๖-๓/๖๐๙(พช)



จังหวัดเพชรบูรณ์
โดย
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์
ให้ใบรับรองฉบับนี้ไว้เพื่อแสดงว่า
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านทวาย

ได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับ

ย่าน มาตรฐานเลขที่ มผช.๖๐๙/๒๕๔๗
 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง ย่าน
 สถานที่ทำชื่อ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านทวาย
 เลขที่ ๔๓ ตรอก/ซอย - ถนน - หมู่ที่ ๑
 ตำบล บ้านทวาย อำเภอ หล่มสัก จังหวัด เพชรบูรณ์

ออกให้ ณ วันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔


 (นายฤกษ์ คองเมือง)
 ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบูรณ์
 ประธานกรรมการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์
 มีผลบังคับใช้ วันที่ ๑๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สิ้นอายุ วันที่ ๑๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๗



ภาพที่ 4.3 ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทย่าน

เลขที่ ๒๕๔-๖/๔๑๒(พช)



จังหวัดเพชรบูรณ์
โดย
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์
ให้ใบรับรองฉบับนี้ไว้เพื่อแสดงว่า
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านหวาย

ได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับ

ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากเศษผ้า มาตรฐานเลขที่ มพช.๔๑๒/๒๕๕๔
 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากเศษผ้า
 สถานที่ทำชื่อ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านหวาย
 เลขที่ ๔๓ ตรอก/ซอย - ถนน - หมู่ที่ ๑
 ตำบล บ้านหวาย อำเภอ หล่มสัก จังหวัด เพชรบูรณ์

ออกให้ ณ วันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔


 (นายฤกษ์ คองเมือง)
 ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบูรณ์
 ประธานกรรมการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์
 มีผลบังคับใช้ วันที่ ๑๕ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สิ้นอายุ วันที่ ๑๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๗



ภาพที่ 4.4 ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า

ใบรับรองเลขที่ T-พช.๒๕๖๔-๐๐๘

แบบ กมม. ๑-๓

กรมหม่อนไหม
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
ใบรับรอง

แสดงเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประเภท Thai Silk
เป็นตราเครื่องหมายกยงสินน้ำเงิน

อาศัยอำนาจตามข้อบังคับกรมหม่อนไหมว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย พ.ศ.๒๕๕๔
ซึ่งได้จดทะเบียนเครื่องหมายรับรองให้มีผลบังคับใช้ตามบทบัญญัติ มาตรา ๘๒ ประกอบมาตรา ๘๖
แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๔๓

และตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยกำหนด
จึงออกใบรับรองฉบับนี้ให้แก่

กลุ่มทอผ้าไทหลมบ้านหวาย

เลขที่	๔๓	หมู่ที่	๑	ถนน	-
ตรอก/ซอย	-	ตำบล/แขวง	บ้านหวาย		
อำเภอ/เขต	หล่มสัก	จังหวัด	เพชรบูรณ์		

ทั้งนี้ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในการอนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ตามที่
คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย กำหนด

วันที่ให้การรับรองครั้งแรก ๑๐ มี.ย. ๒๕๖๔ เลขที่ T-พช.๒๕๖๔-๐๐๘

ต่ออายุครั้งที่ - ณ วันที่ - เดือน - พ.ศ. -

หมดอายุ ณ วันที่ ๙ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๗

การแก้ไขครั้งที่ - ณ วันที่ - เดือน - พ.ศ. -

ลงชื่อ

(นายปราโมทย์ ยาใจ)
อธิบดีกรมหม่อนไหม



ข้อควรระวัง: หากผู้ผลิตได้รับเครื่องหมายแล้วไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขตามข้อบังคับนี้ และ/หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด กรมหม่อนไหมจะดำเนินการเพิกถอนใบรับรอง

ภาพที่ 4.5 ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประเภท Thai Silk
จากกรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

.....

หนังสือสำคัญฉบับนี้ให้ไว้แก่

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านห้วย

ที่ตั้ง : เลขที่ 43 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านห้วย

อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ รหัสไปรษณีย์ 67110

โทรศัพท์: 0969037355 โทรสาร: E-mail address :

เพื่อเป็นหลักฐานว่า ได้รับการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เรียบร้อยแล้ว

รหัสทะเบียน 6-67-03-23/1-0021

ให้ไว้ ณ วันที่ 27 เดือนสิงหาคม พุทธศักราช 2563

ลงชื่อ.....นายทะเบียน

(นายอุดม เลิศวิทย์สกุล)

เกษตรอำเภอหล่มสัก

เกษตรอำเภอ

สำนักงาน เกษตรอำเภอหล่มสัก

จังหวัดเพชรบูรณ์

หมายเหตุ:

(1) วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ต้องแจ้งความประสงค์ที่จะดำเนินการต่อไป ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันสิ้นปีปฏิทินทุกปี หากไม่แจ้งเป็นเวลา 2 ปีติดต่อกัน อาจถูกถอนชื่อออกจากทะเบียน

(2) การเลิกกิจการ จักต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ประสงค์จะเลิกกิจการ

ภาพที่ 4.6 หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มผ้าทอไหมลุ่มบ้านห้วย

ตารางที่ 4.38 แสดงผลผลิตที่เกิดขึ้น พื้นที่ชุมชนบ้านหวาย ตำบลบ้านหวาย อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

กิจกรรมที่ ดำเนินการ	กระบวนการ/การ ดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้น	หมายเหตุ (ระบุเหตุผลการ ไม่ได้ผลิตตามที่ กำหนด)
ผลผลิต : ศักยภาพด้านการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดการพัฒนา			
1. การพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
1.1 นักการตลาด CBT	อบรมเชิงปฏิบัติการการ เป็นนักการตลาด ท่องเที่ยวโดยชุมชน	นักการตลาด CBT จำนวน 1 คน คือ นางเอี่ยมพร ก้อนดี	
1.2 ยูทูบเบอร์ CBT ในชุมชน	กิจกรรมการสร้างยูทูบเบอร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหวายโดยได้ร่วมสร้างการเขียน Storyboard คือการเรียงลำดับภาพในความคิดออกมา ก่อนที่จะถ่ายจริงซึ่งเขียนออกมาเป็นฉากเรียงลำดับ แล้วดำเนินการถ่ายทำ และมีส่วนร่วมในการบันทึกวิดีโอ/ภาพนิ่งและนำลงใน YouTube เพื่อเผยแพร่ผ่านระบบออนไลน์	ยูทูบเบอร์ CBT ในชุมชน จำนวน 1 คน คือ นายวีรพล วันเสน	

กิจกรรมที่ ดำเนินการ	กระบวนการ/การ ดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้น	หมายเหตุ (ระบุเหตุผลการ ไม่ได้ผลผลิตตามที่ กำหนด)
2. การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการตลาด			
2.1 การ พัฒนาสื่อ มัลติมีเดีย/สื่อ ออนไลน์	1. รวบรวมข้อมูลเพจที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อจัดทำ One-page marketing 2. จัดทำเพจ Facebook: กลุ่มผ้าทอไทหล่มบ้าน ห้วย 3. การจัดทำวิดีโอ การทอ ผ้าเพื่อประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยชุมชน	1. One-page marketing 2. เพจ Facebook: ผ้าทอไท หล่มบ้านห้วย https://www.facebook.com/ 3. วิดีโอ การทอผ้า โดยอัพโหลด ไว้ใน Youtube: https://www.youtube.com/ เปลี่ยนเป็นของบ้านห้วย	
2.2 การ พัฒนาสื่อ ออฟไลน์	1. จัดทำข้อมูลเชิงพื้นที่ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านห้วย และ จัดทำแผ่นพับ 2. ชุมชนร่วมกับ อุตสาหกรรมจังหวัด เพชรบูรณ์เพื่อขอรับรอง มาตรฐาน (มผช.)	1. แผ่นพับการท่องเที่ยวโดย ชุมชนบ้านห้วย 2. ยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้ ได้รับรองมาตรฐาน	

กิจกรรมที่ ดำเนินการ	กระบวนการ/การ ดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้น	หมายเหตุ (ระบุเหตุผลการ ไม่ได้ผลผลิตตามที่ กำหนด)
3. การดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทางการตลาด			
3.1 กิจกรรมเพื่อ กระตุ้นการ ท่องเที่ยวใน พื้นที่การ ท่องเที่ยวโดย ชุมชน	1. กิจกรรมการจัดประชุม ของชุมชนกลุ่มผ้าทอบ้าน หวาย วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2565 เพื่อยกระดับ ผลิตภัณฑ์สู่การท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ลงในเพจ กลุ่มผ้าทอไทหล่มบ้าน หวาย 2. กิจกรรมการย้อมผ้าทอ ผ้าของชุมชนท่องเที่ยว	กลุ่มสตรีผ้าทอไทหล่มบ้านหวาย บ้านนางเอี่ยมพร ก้อนดี ประธาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้าน หวาย	
ผลผลิต : ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับการพัฒนา เกิดการยกระดับในการสร้างมูลค่า คุณค่าจากการเข้าสู่กระบวนการรับรองคุณภาพมาตรฐานที่เหมาะสม			
1. การขอรับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน/มาตรฐาน ออย. หรือมาตรฐานอื่นๆ			
1.1. ผลิตภัณฑ์ที่ ได้รับการ รับรองรับรอง มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ มผช./ออย.	1. ผ้าแพรวาไส้ปลาไหล 2. กระเป๋ผ้าทอ 3. พวงกุญแจจากเศษผ้า 4. ย่าม	ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มผช. เรียบร้อยแล้ว ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มผช. เรียบร้อยแล้ว	

กิจกรรมที่ ดำเนินการ	กระบวนการ/การ ดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้น	หมายเหตุ (ระบุเหตุผลการ ไม่ได้ผลผลิตตามที่ กำหนด)
2. ส่งเสริมการพัฒนาโฮมสเตย์เพื่อเข้าสู่มาตรฐาน			
2.1 การ พัฒนาโฮม สเตย์ในพื้นที่ ท่องเที่ยวโดย ชุมชน	กิจกรรมส่งเสริมให้ ความรู้เกณฑ์การรับรอง โฮมสเตย์ลุ่มน้อย	โฮมสเตย์เป็นแหล่งเรียนรู้เชิง เกษตร จำนวน 1 บ้าน	
2.2 การ พัฒนา เครือข่าย โฮมสเตย์	กิจกรรมพัฒนาเครือข่าย และรวบรวมกลุ่มผู้สนใจ ทำโฮมสเตย์และแหล่ง เรียนรู้ของชุมชนบ้าน หวาย กิจกรรมศึกษาการบริหาร จัดการโฮมสเตย์ ณ ชุมชน ศรีสัชชาลัย จังหวัดสุโขทัย วันที่ 28 กุมภาพันธ์ - 2 มีนาคม 2565	ผู้สนใจทำโฮมสเตย์สนใจและเข้า ร่วมจะทำโฮมสเตย์และแหล่ง เรียนรู้ จำนวน 1 บ้าน ผู้สนใจทำโฮมสเตย์ได้ศึกษาและ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบ้านที่ทำ โฮมสเตย์ ณ ชุมชนศรีสัชชาลัย	
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
3.1 การ พัฒนา ผลิตภัณฑ์ ทางการ ท่องเที่ยวปีที่ 2	อยู่ในระหว่างการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรอง ตามมาตรฐาน มผช. คือ ผ้าขึ้นห้วแดงตีนก่าน	ปรับวิธีการย้อมผ้าจากสี ธรรมชาติ	

กิจกรรมที่ ดำเนินการ	กระบวนการ/การ ดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้น	หมายเหตุ (ระบุเหตุผลการ ไม่ได้ผลผลิตตามที่ กำหนด)
ผลผลิต: ชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดการพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนอื่น			
1. การพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
1.1 การ พัฒนา เส้นทางการ ท่องเที่ยวเดิม และการ จัดทำเส้นทาง การท่องเที่ยว ใหม่ของ ชุมชน ท่องเที่ยวใน พื้นที่ ดำเนินงาน (โปรดแนบ ไฟล์ข้อมูล เส้นทางการ ท่องเที่ยว)	มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันกับชุมชนตำบล บ้านหวายในการยกระดับ การท่องเที่ยวให้เชื่อมโยง กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ในจังหวัดเพชรบูรณ์	1. เส้นทางเชื่อมโยงท่องเที่ยว เขาค้อ 2. เส้นทางท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์เมืองราด 3. เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน บ้านเชิงวัฒนธรรม 4. เส้นทางท่องเที่ยวชมผ้าทอไท หล่มบ้านหวาย	
1.2 การ พัฒนา โปรแกรมการ ท่องเที่ยวเดิม และการ จัดทำ	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้าน แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน	1. เส้นทางการท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ สถานที่สำคัญใน ชุมชน 2. เส้นทางท่องเที่ยวอนุรักษ์ สถานเมืองราดจุดบอกเหตุสิ่ง	

กิจกรรมที่ ดำเนินการ	กระบวนการ/การ ดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้น	หมายเหตุ (ระบุเหตุผลการ ไม่ได้ผลผลิตตามที่ กำหนด)
โปรแกรมการ ท่องเที่ยวใหม่ ของชุมชน ท่องเที่ยวใน พื้นที่ ดำเนินงาน (โปรดแนบ ไฟล์ข้อมูล โปรแกรมการ ท่องเที่ยว)		สำคัญในจังหวัดเพชรบูรณ์ 3. เส้นทางท่องเที่ยววัดโพนชัย 4. เส้นทางท่องเที่ยวเจดีย์พันปี พระนางสิงขรเทวีและจำปีพันปี	
2. การเชื่อมโยงเครือข่ายภายในพื้นที่และระหว่างพื้นที่			
2.1 การ เชื่อมโยง เครือข่าย ชุมชน ท่องเที่ยวใน ระดับจังหวัด	กิจกรรมพัฒนาเครือข่าย และรวบรวมกลุ่มผู้สนใจ ทำการท่องเที่ยวในระดับ จังหวัด โดยนำชุมชน ท่องเที่ยวโดยตัวแทน ชุมชนบ้านหวาย เข้าร่วม โครงการกับเครือข่าย ชุมชนท่องเที่ยวในระดับ ภาคเหนือ 8 จังหวัด ณ โรงแรมศรีสัชนาลัยเฮอริ เทจ จังหวัดสุโขทัย วันที่ 28 กุมภาพันธ์ - 2 มีนาคม 2565	ตัวแทนชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านหวายได้ความรู้ความเข้าใจ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย ชุมชน (CBT) และได้แลกเปลี่ยน เรียนรู้กับชุมชนท่องเที่ยวโดย ชุมชนของภาคเหนือทั้ง 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง พิชณุโลก อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ และ กำแพงเพชร	

ตารางที่ 4.39 รายงานผลผลิตตามเป้าหมายที่กำหนด พื้นที่ชุมชนบ้านหวาย ตำบลบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ลำดับที่	ผลผลิตตามแผนงาน	ผลผลิตที่ทำได้จริง	ร้อยละความสำเร็จ
1	จำนวนนักรถตลาด CBT ในชุมชนอย่างน้อย 1 คน/ชุมชน (ระบุรายชื่อนักการตลาดในชุมชน)	จำนวนนักรถตลาด CBT ในชุมชน 1 คน	100 %
2	ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเข้าสู่กระบวนการขอรับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน อาทิ มผช. OTOP หรืออื่นๆ	ผลิตภัณฑ์ ได้รับรองมาตรฐานจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์	100 %
3	จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10	นักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19	0 %
4	นักท่องเที่ยวใหม่และนักท่องเที่ยวประจำการเดิมเข้ามาในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 50 คน	มีนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 60 คน เข้ามาในกลุ่มผ้าทอไทหล่มบ้านหวายอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์	100 %
5	สื่อมัลติมีเดียออนไลน์ที่ได้รับการเผยแพร่และตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างน้อย 1 สื่อ (ระบุสื่อพร้อมไฟล์ภาพสื่อประกอบ)	ได้สื่อ 3 สื่อ ได้แก่ One-page marketing เพจ Facebook: ผ้าทอไทหล่มบ้านหวาย และ วิดีโอการทอผ้า	100 %
6	สื่อออฟไลน์ได้รับการเผยแพร่อย่างน้อย 1 สื่อ (ระบุสื่อพร้อมไฟล์ภาพสื่อประกอบ)	แผ่นพับการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหวาย	100 %
7	ยูทูบเบอร์ CBT ชุมชนอย่างน้อย 1 คน (ระบุรายชื่อนักสื่อสารออนไลน์)	ยูทูบเบอร์ CBT ในชุมชนจำนวน 1 คน คือ นายวีรพล วันแสน	100 %

สรุปผลผลิตที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชุมชนบ้านห้วย ตำบลบ้านห้วย อำเภอหล่มสัก จังหวัด เพชรบูรณ์ ผลผลิต : ศักยภาพด้านการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดการพัฒนาชุมชนได้มี รูปแบบการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อจากปีที่1 มีการ พัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการตลาดมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทางการตลาด เกิดผลผลิต คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับการพัฒนา เกิดการยกระดับในการสร้างมูลค่า คุณค่าจาก การเข้าสู่กระบวนการรับรองคุณภาพมาตรฐานที่เหมาะสมได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้รับรางวัลจากกรมหม่อนไหมกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และได้รับขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ชุมชนท่องเที่ยวบ้านห้วยได้พัฒนาโฮมสเตย์เพื่อเข้าสู่มาตรฐานและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยว ผลผลิตชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดการพัฒนาและถ่ายทอด องค์ความรู้สู่ชุมชนอื่นมีการพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยการเชื่อมโยงเครือข่ายภายใน พื้นที่และระหว่างพื้นที่ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในชุมชนไทหล่มและชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนต้นแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนและภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้แบ่ง ออกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน มาวิเคราะห์อธิบายเชิงสถิติพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิเคราะห์ข้อมูลทาง สังคมศาสตร์ การวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Research) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) รายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผล

ผลจากการวิจัย

การวิจัยเรื่องเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำบนฐาน ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จังหวัดเพชรบูรณ์” ผู้วิจัยได้ข้อสรุป ดังนี้

ผลสรุปข้อมูล baseline data พบว่า

1) ด้านชุมชนเป้าหมายมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน เชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชนมีเป้าหมาย จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็น ร้อยละ 10 ได้นำ ความรู้จากโครงการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยมีแผนธุรกิจ แผนจัดตั้ง กลุ่มวิสาหกิจของชุมชนมีแหล่งเรียนรู้ที่มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ อนุสรณ์สถานเมืองราด เจดีย์พระนางสิงขรเทวี ข้าวสารดำวัดโพธิ์ชัย เจดีย์พ่อขุน ผาเมืองต้นจำปาพันปีศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเรือนตาน้อยโฮมสเตย์ ศูนย์เรียนรู้กลุ่มผ้าทอ ไทหล่มบ้านห้วย และจุดชมวิวดโคกเจริญหรือวัดโนสาวเอ้ ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานการรับรองจาก มผช. จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าแพรว ไล่ปลาไหล กระเป๋า พวงกุญแจจากเศษผ้า และย้อม ชุมชนมีโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 1 หลัง คือ โฮมสเตย์ลุงน้อย ชุมชนมีของที่ระลึกที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 4 ชิ้น มีนักรถตลาดที่มีศักยภาพในการสื่อสารทางการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน นักสื่อความหมายในชุมชน ที่มีศักยภาพในการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน จำนวน 3 คน ชุมชนมีเครือข่ายการทำงานท่องเที่ยว

โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน จำนวน 11 เครือข่าย มีการสร้างงานในชุมชน คือ กลุ่มวิสาหกิจผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ชุมชนที่เข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 1 ธุรกิจ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มบ้านห้วยและชุมชนมีระดับคุณภาพชีวิตดีขึ้น จำนวน 1 ชุมชน คือชุมชนห้วยโป่ง ตำบลบ้านห้วย

2) ด้านรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลิตภัณฑ์และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใหม่ที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป้าหมายและสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อปี จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ 1 โปรแกรมท่องเที่ยว ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการและท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์มูลค่า 100,000 บาท/ปี รายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จำนวนการสร้างงานและจ้างงานในชุมชน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5

3) จำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนเป้าหมาย จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่า ไม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งมีสาเหตุเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 ส่วนการรับรู้สื่อและความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปีที่ผ่านมาการรับรู้ภาพลักษณ์พื้นที่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์/โปรแกรม/บริการการท่องเที่ยวในชุมชน 5 คน/โปรแกรม

4) ด้านบูรณาการขับเคลื่อนระบบจัดการงานวิจัยและพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่อย่างเป็นระบบ ระบบสารสนเทศเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวที่จำเป็นแบบออนไลน์เพื่อใช้ประโยชน์ในการวิจัยและพัฒนาาร่วมกันของเครือข่าย จำนวน 1 ฐาน/ระบบ จำนวน 1 ระบบกลไก งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ไปสู่การใช้ประโยชน์ในชุมชน จำนวน 1 เรื่อง/ปี โครงการ/กิจกรรมที่มีการบูรณาการความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและภาคีที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการไม่น้อยกว่า 5 โครงการต่อปี

ผลสรุปข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-51 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพอิสระ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

สรุปเหตุผลของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 36.0 ผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดร้อยละ 52.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือที่พักโดยติดต่อประสานงานผ่านเฟซบุ๊ก ร้อยละ 37.0 ร้อยละ 31.0 และร้อยละ 23.8 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มัก

เดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ทุกฤดูกาลร้อยละ 51.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง ร้อยละ 37.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับกิจกรรมงานทอผ้า เขียนลายผ้า มัดย้อม ร้อยละ 16.5 นิยมใช้รถส่วนตัว ร้อยละ 43.5 ใช้เวลาในการท่องเที่ยวแบบไป-กลับ ร้อยละ 44.8 มักใช้วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) สำหรับเดินทางไปท่องเที่ยว ร้อยละ 58.8 ใช้จ่ายประมาณ 1,001-3,000 บาท ในระหว่างการท่องเที่ยวต่อครั้ง ร้อยละ 50.0 ไม่คาดหวังผลตอบแทนจากการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ร้อยละ 46.0 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 75.5 ให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัยด้านสุขอนามัยระหว่างการท่องเที่ยวท่ามกลางการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ร้อยละ อยากรู้แหล่งท่องเที่ยว (สถานที่ ข้อมูล) สร้างความมั่นใจเรื่องการใช้มาตรการรักษาระยะห่าง/จำกัดจำนวนคน ร้อยละ 59.0 อยากรู้ผู้ให้บริการ (ที่พัก) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ร้อยละ 64.8 อยากรู้ผู้ให้บริการ (ร้านอาหาร) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมถุงมืออนามัยตลอดเวลา ร้อยละ 51.1 อยากรู้ผู้ให้บริการ (การขนส่งสาธารณะ/ยานพาหนะ) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ร้อยละ 53.5 อยากรู้ผู้ให้บริการ (ห้างสรรพสินค้า) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานทุกคนในห้างสรรพสินค้ามีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ร้อยละ 65.8 อยากรู้ผู้ให้บริการ (กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) สร้างความมั่นใจเรื่องมีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม ร้อยละ 70.9 อยากรู้ผู้ให้บริการ (การจัดกิจกรรมการประชุม/โรงละคร/โรงมหรสพ) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ร้อยละ 64.7 รองลงมาคือมีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณห้องประชุม/โรงละคร/โรงมหรสพ ร้อยละ 42.6 อยากรู้ผู้ให้บริการ (ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ) สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ร้อยละ 67.8

ระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดบริการของ ความพึงพอใจ ความเป็นของแท้ดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจัยด้านการตลาดบริการของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดบริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.92, S.D = .26) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88, S.D = .59) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91, S.D = .44) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95, S.D = .49) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95, S.D = .48) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01, S.D = .52) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความ

คิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D = .49) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.89, S.D = .75) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านความเป็นของแท้ดั้งเดิมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.82, S.D = .35) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเฉพาะต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91, S.D = .34)

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำบนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือจังหวัดเพชรบูรณ์” มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผล ดังนี้

5.2.1 อภิปรายผล base line data พบว่า ด้านชุมชนเป้าหมายมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ชุมชนเป้าหมายจำนวน 1 ชุมชน คิดเป็น ร้อยละ 10 ได้นำความรู้จากโครงการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยมีแผนธุรกิจได้จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจของชุมชนบ้านห้วยมีแหล่งเรียนรู้ที่มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 6 แห่ง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ได้รับมาตรฐานการรับรองจาก มผช. จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ด้านโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานจำนวน 1 หลัง ชุมชนจัดให้มีของที่ระลึกที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 4 ชิ้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการสื่อสารทางการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 2 คน มีนักท่องเที่ยวในชุมชนที่มีศักยภาพในการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน จำนวน 3 คน ได้เครือข่ายการทำงานท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน จำนวน 11 เครือข่าย มีการสร้างงานในชุมชน คือ กลุ่มวิสาหกิจผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ชุมชนที่เข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 1 ธุรกิจ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย ชุมชนมีระดับคุณภาพชีวิตดีขึ้น จำนวน 1 ชุมชน คือ ชุมชนห้วยโป่ง ตำบลบ้านห้วย **ด้านรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน** ผลิตภัณฑ์และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใหม่ที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป้าหมายและสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อปี จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ 1 โปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนมีรายได้จากการให้บริการและท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ มูลค่า 100,000 บาท/ปี รายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จำนวนการสร้างงานและจ้างงานในชุมชน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 **จำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนเป้าหมาย** จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่า ไม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 การรับรู้สื่อและความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปีที่ผ่านมาผลการรับรู้ภาพลักษณ์พื้นที่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์/โปรแกรม/บริการการท่องเที่ยวในชุมชน 5 คน/โปรแกรม ด้านบูรณาการ

ขับเคลื่อนระบบจัดการงานวิจัยและพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่อย่างเป็นระบบ ระบบสารสนเทศ เชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวที่จำเป็นแบบออนไลน์เพื่อใช้ประโยชน์ในการวิจัยและพัฒนาาร่วมกันของ เครือข่าย จำนวน 1 ฐาน/ระบบ จำนวน 1 ระบบกลไก งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ไปสู่ การใช้ประโยชน์ในชุมชน จำนวน 1 เรื่อง/ปี โครงการ/กิจกรรมที่มีการบูรณาการความร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยและภาคีที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการไม่น้อยกว่า 5 โครงการต่อ ปี

5.2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เหตุผลของการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้าน หวาย มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจโดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนจากเฟซบุ๊ก (Facebook) การติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือที่พักโดยประสานงาน ผ่านเฟซบุ๊กเดินทางไปท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล และเป็นผู้กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเองท่องเที่ยวให้ ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับกิจกรรมงานทอผ้า เขียนลายผ้า มัคคุ้ยมนิยมเดินทางโดยใช้รถ ส่วนตัว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวแบบ ไป-กลับสำหรับเดินทางไปท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายประมาณ 1,001-3,000 บาท ในระหว่างการท่องเที่ยวต่อครั้งสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถีชาววังเทศบาลตำบลวังทอง จังหวัด พิษณุโลกของ นภาพรณ ชลูนาค และคณะ (2560 อ้างถึงใน พัชมน ภมรานนท์) ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปี วิถีชาววัง เทศบาล ตำบล วังทอง จังหวัดพิษณุโลก ได้รับอิทธิพลจาก 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยทรัพยากรของสถานที่ ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจ 2) ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว 3) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวโดย ปัจจัยด้านทรัพยากรของสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจส่งผลสูงสุด และปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลน้อยสุด สำหรับตัวแปรที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และ 2) ปัจจัยด้านความสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ การตัดสินใจ (R²) เท่ากับ 0.598 และ Durbin– Watson เท่ากับ 1.652 ด้วย สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวให้มีความสำคัญกับ ความสะอาดและปลอดภัยด้านสุขอนามัยมีความต้องการอยากให้แหล่งท่องเที่ยว (สถานที่ ข้อมูล) สร้างความมั่นใจเรื่องการใช้มาตรการรักษาระยะห่าง/จำกัดจำนวนคน อยากให้ผู้ให้บริการที่พัก สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการ มีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา อยากให้ร้านอาหาร สร้าง ความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา อยากให้การขนส่งสาธารณะ/ ยานพาหนะ สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา สอดคล้อง

กับการศึกษา การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดเก่า อ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี ของปองทิพย์ นาคินทร์ (2556) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดเก่าอ่างศิลาในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดเก่าอ่างศิลาในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ความตระหนักถึงประโยชน์ต่อส่วนรวมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยว อยากรู้ให้บริการ ห้างสรรพสินค้า สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานทุกคนในห้างสรรพสินค้ามีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา อยากรู้ให้บริการ การจัดกิจกรรมการประชุม/โรงละคร/โรงมหรสพ สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา อยากรู้ให้บริการ ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ สร้างความมั่นใจเรื่องพนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา มีความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดบริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยเฉพาะต่อปัจจัยด้านสถานที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจัยด้านกระบวนการปัจจัยด้านบุคลากรปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านความเป็นของแท้ดั้งเดิมปัจจัยด้านความพึงพอใจสอดคล้องกับงานวิจัยการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษของ พัชรรัตน์ หารไชย (2552) ที่พบว่าแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่มีขีดความสามารถในการรองรับได้อยู่ระดับสูงและระดับปานกลาง สามารถรองรับกิจกรรมนันทนาการได้อีกมาก ยกเว้นขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกอยู่ในระดับต่ำ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าภาพรวมระดับอยู่ในระดับปานกลาง เพราะการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ถูกกำหนดโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับสูงและสอดคล้องกับการศึกษาบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ของ ชาศรีต ช่วยบำรุง (2554) ที่พบว่าองค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบมีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ทั้งด้านการตลาดการท่องเที่ยว ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ด้านการสร้างและแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ปัจจุบันยังไม่ได้มีการดำเนินการในการแสวงหาหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพิ่มเติม ด้านการให้บริการท่องเที่ยว มีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวล่องเรือชมความงามของถ้ำเลเขากอบ โดยมีพนักงานพายเรือทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว และด้านการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีการกำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นพันธกิจการพัฒนาท้องถิ่น

5.2.3 ผลการสัมภาษณ์ รูปแบบของการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน ด้านการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชนมีผู้แทนชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว บอกเล่าถึงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของชุมชน ด้านศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันล้ำค่า มีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ และสื่อต่างๆ มีหนังสือและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ได้จัดให้มีกิจกรรมประจำปีมาตลอดซึ่งเป็นการส่งเสริมให้อุทยานได้ทราบถึงความสำคัญของชุมชน ชุมชนบ้านห้วย มีทุนทางสังคม เป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ที่จังหวัดเพชรบูรณ์ได้ก่อสร้างศูนย์รวมอนุสรณ์เมืองราชขึ้นในบริเวณหมู่ 1 ตำบลบ้านห้วยเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและศึกษาประวัติศาสตร์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ **ความโดดเด่นของชุมชนบ้านห้วย** จัดตั้งกลุ่มทอผ้าไหมลุ่มบ้านห้วยขึ้นมาซึ่งผ้าที่ทอนั้นเป็นผ้าไหมบางฝ้ายบางซึ่งมีความงามสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชาติพันธุ์ พัฒนาต่อยอดจากผ้าชิ้นหัวแดงตีนก่าน มีการนำเศษผ้ามาทำเป็นพวงกุญแจ กระเป๋าผ้าไหม ผ้าแพร่ใส่ปลาไหล ถุงย่าม ผ้าขาวม้า ผ้ารูปทรงต่างๆ ทุนทางทรัพยากรของชุมชนบ้านห้วย ชุมชนมีความร่วมมือกันในการสร้างงานผลิตภัณฑ์ผ้าทอไหมลุ่มได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้ได้รับมาตรฐาน (มผช.) เรียบร้อยแล้วจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ และกำลังพัฒนาอีกหลายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ บ่งบอกถึงความรู้ความสามารถของคนในชุมชนที่ปณิธานความตั้งใจมั่นในการสร้างจุดเด่นที่สำคัญของชุมชนอย่างแท้จริง **ทุนทางทรัพยากร** ของชุมชน บ้านห้วยมีอนุสรณ์สถานเมืองราชเป็นจุดท่องเที่ยวของชุมชนที่บอกเล่าความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การนำทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรที่ชุมชนบ้านห้วยมีอยู่แล้ว มาสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านหรือที่เรียกว่าผ้าทอไหมลุ่มให้เป็นທີ່ประจักษ์ในระดับชาติปัจจุบันกลุ่มผ้าทอไหมลุ่มได้จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนแล้วได้พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานหลายชิ้นได้รับรางวัลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนหลายอย่าง ชุมชนบ้านห้วยมีความพร้อมที่จะยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพราะชุมชนมีประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานมาแล้วจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ และมีแนวทางในการยกระดับเพื่อการรับรองมาตรฐานและเป็นสินค้าพรีเมียมได้ก็ต้องพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผ้าทอไหมลุ่มโดยการเรียนรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ให้ความสำเร็จการสร้างความสำเร็จของชุมชนโดยมีส่วนร่วมของประชาชนและหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน

5.2.4 ผลการสนทนากลุ่ม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี และเพื่อชมบรรยากาศและทัศนียภาพ นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเฟสบุ๊ค (Facebook) เว็บไซต์ (WWW.) และเพจ (Page) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ผู้นำเที่ยวหรือผู้แนะนำแหล่งท่องเที่ยวมีอัตราค่ามัคคุเทศก์ที่เป็นกันเอง เป็นการสร้างความประทับใจเกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสิ่งนี้เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่งชุมชนบ้านห้วยจึงนำมาสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน บริเวณโดยรอบชุมชนมีการจัดระเบียบที่ถูกสุขอนามัย และในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดทัศนียภาพหรือจุดชมวิว รูปแบบด้านบุคลากรการให้บริการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบที่ต้องคอยปรับปรุงแก้้อยู่ตลอดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการบริหารจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับกิจกรรมงานทอผ้า เขียนลายผ้า ทุนเดิมที่ชุมชนมีอยู่ปัจจุบันคือเรื่องผ้าทอไทหล่มและทุนที่มีด้านประวัติศาสตร์เมืองรัตนอนุสรณ์สถาน จึงมีความโดดเด่นทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอคือผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีหลากหลายรูปแบบและขนาดให้เลือก ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนด้านความพึงพอใจโดยเฉพาะปัจจัยด้านความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้/ข้อมูลประวัติศาสตร์/ความเป็นมาของชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการส่งเสริมการตลาดสูงสุดคือมีการส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาล การนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลายมีสื่อแนะนำเสนอการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA ของสถานประกอบการและการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนได้จัดตั้งกลุ่มทอผ้าไทหล่ม การทอผ้าและของฝากของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวต่อมากลุ่มทอผ้าได้รับการแนะนำจากนักวิจัยท่องเที่ยวชุมชนบ้านห้วยในปี พ.ศ. 2563 ให้ไปขอจดแจ้งจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอไทหล่มบ้านห้วยเพื่อให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย กลุ่มผ้าทอได้นำผลิตภัณฑ์เข้าร่วมยกระดับให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (มผช.) จำนวน 4 ชิ้น ด้านกระบวนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อรับการประเมินมาตรฐานท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วย ปัจจัยด้านกระบวนการบุคคลในการจัดการท่องเที่ยว คือพื้นที่มีมาตรการการป้องกันโรคระบาดหรือโควิด 19 มีแผนผังหรือสื่อที่แจ้งกระบวนการดูแล/ช่วยเหลือเกี่ยวกับการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวทราบ

5.2.5 ผลผลิตที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชุมชนบ้านห้วย ผลผลิตศักยภาพด้านการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดการพัฒนาชุมชนได้มีรูปแบบการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อจากปีที่1 มีการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการตลาดมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทางการตลาด เกิดผลผลิต คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับการพัฒนา เกิดการยกระดับในการสร้างมูลค่า คุณค่าจากการเข้าสู่กระบวนการรับรองคุณภาพมาตรฐานที่เหมาะสมได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับรางวัลจากกรมหม่อนไหมกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และได้รับขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ชุมชนท่องเที่ยวบ้านห้วยได้พัฒนาโฮมสเตย์เพื่อเข้าสู่มาตรฐานและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผลผลิตชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เกิดการพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนอื่นมีการพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยการเชื่อมโยงเครือข่ายภายในพื้นที่และระหว่างพื้นที่ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วย

5.2.6 ผล based line data หลังสิ้นสุดโครงการของการวิจัยท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วย อำเภอลำสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้

มีชุมชนเป้าหมาย จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็น ร้อยละ 10 ได้นำความรู้จากโครงการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยมีแผนธุรกิจ แผนจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจของชุมชนบ้านห้วย มีแหล่งเรียนรู้ที่มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 6 แห่ง มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้รับมาตรฐานการรับรองจาก มผช. แล้ว มีโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 1 หลัง มีของที่ระลึกที่ได้รับมาตรฐานแล้ว จำนวน 4 ชิ้น มีนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการสื่อสารทางการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน มีนักท่องเที่ยวในชุมชนที่มีศักยภาพในการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน จำนวน 3 คน มีเครือข่ายการทำงานท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน จำนวน 11 เครือข่ายมีการสร้างงานในชุมชน คือ กลุ่มวิสาหกิจผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ชุมชนที่เข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 1 ธุรกิจ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มบ้านห้วย ชุมชนมีระดับคุณภาพชีวิตดีขึ้น จำนวน 1 ชุมชน คือ ชุมชนห้วยโป่ง ตำบลบ้านห้วย ด้านรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลิตภัณฑ์และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใหม่ que ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป้าหมายและสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อปี จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ 1 โปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนมีรายได้จากการให้บริการและท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ มูลค่า 100,000 บาท/ปี รายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จำนวนการสร้างงานและจ้างงานในชุมชน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนเป้าหมายจำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่า ไม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น อันมีสาเหตุเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 การรับรู้สื่อและความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปีที่ผ่านมาการรับรู้ภาพลักษณ์พื้นที่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์/โปรแกรม/บริการการท่องเที่ยวในชุมชน 5 คน/โปรแกรม ด้านบูรณาการขับเคลื่อนระบบจัดการงานวิจัยและพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่อย่างเป็นระบบระบบสารสนเทศเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวที่จำเป็นแบบออนไลน์เพื่อใช้ประโยชน์ในการวิจัยและพัฒนาาร่วมกันของเครือข่าย จำนวน 1 ฐาน/ระบบ จำนวน 1 ระบบกลไก งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ไปสู่การใช้ประโยชน์ในชุมชน จำนวน 1 เรื่อง/ปี โครงการ/กิจกรรมที่มีการบูรณาการความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและภาคีที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการไม่น้อยกว่า 5 โครงการต่อปี

5.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วย จังหวัดเพชรบูรณ์ ควรมีการกำหนดแนวทางการสร้างความตระหนักรู้ ศิลปวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ให้อนุชนทราบและปฏิบัติ

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1) ควรให้ชุมชนเป็นผู้กำหนด กฎ กติกา แนวทางปฏิบัติกิจกรรมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนดำเนินการเอง

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ชุมชนควรทำแผนที่ชุมชน พัฒนาให้มีจุดเด่นและอัตลักษณ์ สร้างเป็นแลนด์มาร์กทางการท่องเที่ยว เสริมด้วยการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงง่าย สะดวกรวดเร็ว และทันสมัย

ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันคิดและพัฒนาแผนหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเชิญ ชวน ชิมอาหาร การแข่งขันจักรยาน การจัดการรวานบิกไบค์ งานดนตรีในสวน งานร่ำวงพื้นบ้าน เป็นต้น

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารแผนพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2560). แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ.2559-2563. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2561, สืบค้นจาก [file:///C:/Users/NW/Downloads/CBTZplan%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/NW/Downloads/CBTZplan%20(1).pdf).

ชาคริต ช่วยบำรุง. บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: องค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 2554.

ณิชากัทร สุรพัฒน์นันท. (2562) . การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ฮีโร่จำเป็นหรือ ฮีโร่ตัวจริง?. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2564. เข้าถึงได้จาก : <https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/default.aspx>.

ทัศนัยวรรณ ดวงมาลา, สุนทร ปัญญาพงษ์และวิมลศิลป์ปริญญชัยภูมิ. (2550). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดจังหวัดอีสานใต้.กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

พจนนา สอนศรี. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2564. เข้าถึงได้จาก : <tps://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/TourismEconomicReview/1CBTByPotjana03042560.pdf>

พัชรรัตน์ หารไชย. (2552). การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษเพื่อกำหนดแนวนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับจังหวัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พัทธมน ภูมรณน. 2562. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ไพฑูรย์ นิยมมา และคณะ. (2550). โครงการ การพัฒนาเครือข่ายโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ภัสร์มณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี.

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปะ. 2556.

ปองทิพย์ นาคินทร์. (2556). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ระพีพรรณ ทองหล่อ. (2549). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพ และข้อจำกัดของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน. รายงานการวิจัย

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. การพัฒนาการรวมกลุ่ม: แบบเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว แนวคิดและการ ประยุกต์. 2560

สิริวงษ์ เอียสกุล. ความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้และรถโดยสาร กรณีศึกษาจุดผ่านแดนสะพานมิตรภาพไทย - ลาว จังหวัดหนองคาย. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2557.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560- 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

สินธุ์ สโรบล. (2547). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. ประชาคมวิจัย จดหมายข่าวราย 2 เดือน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 57: 15-21.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุณา เตพละกุล และ อีระ สินเดชารักษ์(2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์(Creative Tourism), พิมพ์ที่ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน), กันยายน พ.ศ.2556

อิทธิพล ไทยกมล. (2544). ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนตำบลห้วยแพรง จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรป่าไม้คณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

“พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปขยายความสัมพันธระหว่างความเป็นของแท้ดั้งเดิม และความพึงพอใจในพื้นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้สถานการณ์ Covid-19”

โครงการการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ บนฐานประวัติศาสตร์
วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จังหวัดเพชรบูรณ์

.....

คำอธิบาย : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไป
ขยายความสัมพันธระหว่างความเป็นของแท้ดั้งเดิมและความพึงพอใจในพื้นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน
ภายใต้สถานการณ์ Covid-19

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 21 – 30 ปี

☐ 31 - 40 ปี

☐ 41 – 50 ปี

☐ 51 - 60 ปี

☐ 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษา

☐ อนุปริญญา

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ ปริญญาเอก

4. อาชีพ

☐ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

☐ รับราชการ

☐ ข้าราชการบำนาญ

☐ รัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานเอกชน

☐ ธุรกิจส่วนตัว

☐ ธุรกิจส่วนตัว

☐ อาชีพอิสระ

☐ อื่นๆ(ระบุ)

5. รายได้

- | | |
|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 10,000 บาท | ☐ 10,001-20,000 บาท |
| ☐ 20,001-30,000 บาท | ☐ 30,001-40,000 บาท |
| ☐ 40,001-50,000 บาท | ☐ 50,001 บาทขึ้นไป |

ส่วนที่ 2 เหตุผลของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสิ่งใด

- | | |
|---|--|
| ☐ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ | ☐ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี |
| ☐ เพื่อร่วมทำกิจกรรมวิถึวัฒนธรรมกับชุมชน | ☐ เพื่อชมบรรยากาศและทัศนียภาพ |
| ☐ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ | ☐ อื่นๆ (ระบุ) |

2. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากช่องทางใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ ไลน์ (LINE) | ☐ เฟสบุ๊ก (Facebook) |
| ☐ ทวิตเตอร์ (Twitter) | ☐ อินสตาแกรม (Instagram) |
| ☐ เว็บไซต์ (WWW.) | ☐ ยูทูบ (Youtube) |
| ☐ เพจ (Page) | ☐ โทรทัศน์ (TV.) |
| ☐ วิทยู | ☐ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ |
| ☐ อื่นๆ (ระบุ) | |

3. ในการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือที่พักท่านใช้ช่องทางใดในการติดต่อประสานงานเป็นหลัก

(ตอบได้เพียงข้อเดียว)

- | | |
|--|---|
| ☐ ไลน์ (LINE) | ☐ เฟสบุ๊ก (Facebook) |
| ☐ ทวิตเตอร์ (Twitter) | ☐ อินสตาแกรม (Instagram) |
| ☐ โทรศัพท์ | ☐ อีเมล (จดหมายอิเล็กทรอนิกส์) |
| ☐ อื่นๆ (ระบุ) | |

4. การเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนท่านมักเดินทางไปในฤดูกาลใด

- | | |
|----------------------------------|---|
| ☐ ฤดูร้อน | ☐ ฤดูฝน |
| ☐ ฤดูหนาว | ☐ ท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล |

5. รูปแบบโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ท่านมักใช้สำหรับการท่องเที่ยว

- ☐ กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง
 ☐ ตามโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชน
☐ ตามโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชน
 ☐ ตามโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว
☐ อื่นๆ (ระบุ)

6. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมกับชุมชน

- ☐ รูปแบบกิจกรรมงานหัตถกรรม จักสาน
☐ รูปแบบกิจกรรมงานทอผ้า เขียนลายผ้า มัดย้อม
☐ รูปแบบกิจกรรมงานปั้น เคลือบ ลงลักปิดทอง
☐ รูปแบบกิจกรรมทำอาหาร ขนม เครื่องดื่มท้องถิ่น
☐ รูปแบบกิจกรรมทำสิ่งประดิษฐ์
☐ รูปแบบกิจกรรมเล่าประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรมชุมชน
☐ รูปแบบกิจกรรมเดินป่า สำรวจธรรมชาติ
☐ รูปแบบกิจกรรมจิตอาสา
☐ รูปแบบกิจกรรมงานปฐมนิเทศ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น
☐ รูปแบบกิจกรรมงานแกะสลัก
☐ รูปแบบกิจกรรมงานเพนท์ภาพ
☐ รูปแบบกิจกรรมการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์วิถีเกษตรกร (ฟาร์ม)
☐ อื่นๆ โปรดระบุ

7. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- ☐ รถส่วนตัว
 ☐ รถโดยสารสาธารณะ
☐ รถเช่า
 ☐ จักรยานยนต์
☐ จักรยาน
 ☐ อื่นๆ (ระบุ)

8. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

- ☐ ไป-กลับ
 ☐ ค้างคืน 1 คืน
☐ ค้างคืน 2 คืน
 ☐ อื่นๆ (ระบุ)

9. ท่านมักใช้วันใดสำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยว

- ☐ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ☐ วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)
☐ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ☐ อื่นๆ (ระบุ)

10. ค่าใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยวต่อครั้งท่านเสียค่าใช้จ่ายประมาณเท่าใด

จำนวนเงินที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว.....บาท/ครั้ง

11. ความคาดหวังต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่านในแต่ละครั้งเป็นอย่างไร

- ☐ ไม่คาดหวังเลย ☐ ค่อนข้างคาดหวัง ☐ คาดหวังมาก

12. การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของท่านหรือไม่

- ☐ ส่งผลต่อการตัดสินใจ ☐ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

13. ระหว่างการท่องเที่ยวท่ามกลางการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องใดเป็นสำคัญ

- ☐ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ☐ ความสะอาดและปลอดภัยด้านสุขอนามัย
☐ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ☐ เวลาที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว
☐ มาตรการการป้องกันการระบาดของโรคโควิด-19 ของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว
☐ สถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA
 โดยแสดงป้ายมาตรฐานอย่างชัดเจน

14. ท่านอยากให้แหล่งท่องเที่ยว (สถานที่ ข้อมูล) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ
☐ มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่าง/จำกัดจำนวนคน
☐ มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวตลอดเวลา
☐ มีจุดให้บริการล้างมือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และป้ายบอกวิธีการล้างมือที่ถูกต้อง
 สุขอนามัยในบริเวณบริการนักท่องเที่ยวจำนวนมาก
☐ อื่นๆ(ระบุ)

15. ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ที่พัก) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ
- ☐ พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
- ☐ พนักงานบริการมีการสวมถุงมืออนามัยตลอดเวลา
- ☐ มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณห้องพัก
- ☐ อื่นๆ(ระบุ)

16. ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ร้านอาหาร) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ
- ☐ พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
- ☐ พนักงานบริการมีการสวมถุงมืออนามัยตลอดเวลา
- ☐ มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณร้านอาหาร
- ☐ มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม/จำกัดคนที่เข้ามาใช้บริการ
- ☐ มีจุดให้บริการล้างมือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และป้ายบอกวิธีการล้างมือที่ถูกต้อง

สุขอนามัย

- ☐ อื่นๆ(ระบุ)

17. ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (การขนส่งสาธารณะ/ยานพาหนะ) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม
- ☐ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ
- ☐ พนักงานขับรถมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
- ☐ มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณภายในยานพาหนะทุกครั้ง
- ☐ อื่นๆ(ระบุ)

18. ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ห้างสรรพสินค้า) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ
- ☐ พนักงานทุกคนในห้างสรรพสินค้ามีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
- ☐ มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณภายในห้างสรรพสินค้า
- ☐ อื่นๆ(ระบุ)

19. ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ
- ☐ มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม
- ☐ มีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
- ☐ มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาด
- ☐ อื่นๆ(ระบุ)

20. ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (การจัดกิจกรรมการประชุม/โรงละคร/โรงแรมหรู) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ
- ☐ พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
- ☐ มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณห้องประชุม/โรงละคร/โรงแรมหรู
- ☐ มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม/จำกัดคนที่เข้ามาใช้บริการ
- ☐ อื่นๆ(ระบุ)

21. ท่านอยากให้ผู้ให้บริการ (ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ) ทำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีจุดคัดกรอง การตรวจวัดอุณหภูมิ
- ☐ พนักงานบริการมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
- ☐ มีการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในการทำความสะอาดบริเวณร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่นๆ
- ☐ อื่นๆ(ระบุ)

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดบริการของ ความพึงพอใจ ความเป็นของ
แท้ดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านการตลาดบริการของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน					
ด้านสถานที่					
1. แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ					
2. มีการแสดงป้ายบอกเส้นทางสำหรับการท่องเที่ยวในชุมชน					
3. แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีที่จอดรถที่สะดวกปลอดภัย					
4. มีจุดบริการตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19					
ด้านผลิตภัณฑ์					
5. ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน					
6. ผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ					
7. ผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีหลากหลายรูปแบบและขนาดให้เลือก					
8. โปรแกรมการท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเลือก					
ด้านราคา					
9. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					
10. สามารถต่อรองราคาได้เมื่อมีลูกค้าจำนวนมาก					
11. โปรแกรมการท่องเที่ยวมีความคุ้มค่ากับราคาที่นักท่องเที่ยวจ่าย					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
12. มีการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย					
13. มีการส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาล					
14. มีการส่งเสริมการขายที่หลากหลายทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของฝาก/ของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน					
15. มีสื่อแนะนำการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA ของสถานประกอบการและการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
ด้านกระบวนการ					
16. กระบวนการติดต่อประสานงานเพื่อเข้ามาในพื้นที่มีความสะดวก					
17. พื้นที่มีมาตรการการป้องกันโรคระบาดหรือโควิด 19					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
18. มีช่องทางการติดต่อประสานงานที่หลากหลาย/รวดเร็ว/เข้าถึงง่าย					
19. มีแผนผังหรือสื่อที่แจ้งกระบวนการดูแล/ช่วยเหลือเกี่ยวกับการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวทราบ					
ด้านบุคลากร					
20. ผู้นำเที่ยวหรือผู้แนะนำแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีที่เป็นกันเอง					
21. ชุมชนในพื้นที่มีความเป็นมิตรในการต้อนรับนักท่องเที่ยว					
22. บุคลากรด้านสาธารณสุขในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
23. บริเวณโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสะอาด					
24. มีการจัดระบบจราจรที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเป็นอย่างดี					
25. ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดทัศนียภาพหรือจุดชมวิว					
26. บริเวณโดยรอบชุมชนมีการจัดระเบียบที่ถูกสุขอนามัย					
ปัจจัยด้านความเป็นของแท้ดั้งเดิม					
1. มีสิ่งปลูกสร้างหรือสถาปัตยกรรมที่ยังเป็นแบบดั้งเดิมภายในชุมชน					
2. ท่านมีความประทับใจในสิ่งปลูกสร้างหรือการตกแต่งแบบดั้งเดิม					
3. มีการผสมผสานทัศนียภาพ ภูมิสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิมของชุมชน					
4. มีบรรยากาศที่ทำให้ย้อนเห็นถึงความเป็นชุมชนดั้งเดิม					
5. ชุมชนมีการจัดแสดงกิจกรรมท้องถิ่นแบบดั้งเดิม					
6. สินค้า/ของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์แบบดั้งเดิมของชุมชน					
ปัจจัยด้านความพึงพอใจ					
1. ความพึงพอใจโดยรวมของการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามความคาดหวังของท่าน					
2. ท่านได้รับความรู้/ข้อมูลประวัติศาสตร์/ความเป็นมาของชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
3. ท่านพอใจกับการจัดการเส้นทาง/โปรแกรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
4. ท่านพอใจกับการให้บริการในการต้อนรับนักท่องเที่ยวของชุมชนในช่วงที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว					
5. ท่านพอใจกับการจัดการด้านที่พัก/สถานที่/อาหารท้องถิ่น/การแสดงของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว					
6. ท่านพอใจกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย ที่เสียไป					
7. ท่านพอใจกับมาตรการการป้องกัน ดูแล ช่วยเหลือเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในพื้นที่					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อมาตรการสุขอนามัยเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 หรือโรคอุบัติใหม่ สำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลังจากนี้ (อาทิ จุดคัดกรอง/ผู้ให้บริการ/สถานที่/ มาตรการการเว้นระยะห่าง/การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับไวรัสโควิด เป็นต้น)

.....

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูล

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

โครงการการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ

บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน

เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

.....

คำอธิบาย

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยนี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi structure interview) เป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับการจัดเก็บข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์และแปลผลการวิจัย โดยไม่ได้ระบุถึง ตัวบุคคลผู้ให้ข้อมูลหรือสอบถามมายังตัวผู้ให้ข้อมูลได้ นอกจากจะได้รับอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลสำหรับการนำเนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดไปนำเสนอและอ้างอิงผู้ให้ข้อมูลในรูปแบบข้อมูลเชิงวิชาการเท่านั้น ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์นี้ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง

ข้อคำถามเพื่อการสัมภาษณ์

1. รูปแบบของการดำเนินการในการด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชุมชนของท่านได้ดำเนินการในปัจจุบันมีการดำเนินการเช่นไร รวมทั้งมีรูปแบบ ลักษณะ และแนวทางการดำเนินการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2. ภายในชุมชนของท่านมีทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรอะไรบ้างที่เอื้อต่อการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรแต่ละด้านมีความโดดเด่นหรืออัตลักษณ์อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

3. หากมีการนำทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรจากข้อที่ 2 มาสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน ท่านคิดว่าทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรใดมีความเหมาะสมที่สุด และสามารถดำเนินการพัฒนา สร้างสรรค์อย่างไรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. การจัดการด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชนของท่านในปัจจุบัน มีช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์ และออฟไลน์อะไรบ้าง และท่านมีความต้องการในการพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบ กระบวนการอะไร รวมทั้งบุคคลที่ควรได้รับการพัฒนาด้านการตลาดจะสามารถพัฒนาอย่างไรเพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. การยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ท่านเห็นว่ามีความพร้อมสำหรับการยกระดับเพื่อเข้าสู่การรับรองมาตรฐานควรเป็นผลิตภัณฑ์อะไร และมีแนวทางในการยกระดับเพื่อการรับรองมาตรฐานและเป็นสินค้าพรีเมียมได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อรับการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรดำเนินการอย่างไร และแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเครือข่ายภาคเหนือ ไปสู่ชุมชนอื่นควรมีการดำเนินการอย่างไรเพื่อชุมชนอื่นๆ สามารถเรียนรู้และพัฒนาเข้าสู่การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณ

ภาคผนวก ค
แบบสนทนากลุ่ม

ประเด็นการสนทนากลุ่มเพื่อการวิจัย

โครงการการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำ

บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน

เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือจังหวัดเพชรบูรณ์

.....

ประเด็นการสนทนากลุ่ม

1. ประเด็นรูปแบบของการดำเนินการในการด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ชุมชนของท่านได้ดำเนินการในปัจจุบันมีการดำเนินการเช่นไร รวมทั้งมีรูปแบบลักษณะ และแนวทางการดำเนินการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ประเด็นทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรของชุมชนที่เอื้อต่อการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรแต่ละด้านมีความโดดเด่นหรืออัตลักษณ์ของชุมชน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ประเด็นการนำทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรจากข้อที่ 2 มาสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน ท่านคิดว่าทุนทางสังคมหรือทุนทางทรัพยากรใดมีความเหมาะสมที่สุด และสามารถดำเนินการพัฒนา สร้างสรรค์อย่างไรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

.....

4. ประเด็นการจัดการด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชนของท่านในปัจจุบัน มีช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์ และออฟไลน์อะไรบ้าง และท่านมีความต้องการในการพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบ กระบวนการอะไร รวมทั้งบุคคลที่ควรได้รับการพัฒนาด้านการตลาดจะสามารถพัฒนาอย่างไรเพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

5. ประเด็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ท่านเห็นว่าจะมีความพร้อมสำหรับการยกระดับเพื่อเข้าสู่การรับรองมาตรฐานควรเป็นผลิตภัณฑ์อะไร และมีแนวทางในการยกระดับเพื่อการรับรองมาตรฐานและเป็นสินค้าพรีเมียมได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อรับการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรดำเนินการอย่างไร และแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเครือข่ายภาคเหนือ ไปสู่ชุมชนอื่นควรมีการดำเนินการอย่างไรเพื่อชุมชนอื่นๆ สามารถเรียนรู้และพัฒนาเข้าสู่การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....