

แนวทางพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม
ของชุมชนตลิ่งชัน ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย
Guidelines for the Development of Occupational Standards of Community Based
Tourism Enterprise Group of Taling Chan Community, Taling Chan Sub-district,
Ban Dan Lan Hoi District Sukhothai

(วันรับบทความ: 2 เมษายน 2565; วันแก้ไขบทความล่าสุด: 20 พฤษภาคม 2565; วันตอบรับการตีพิมพ์บทความ: 25 พฤษภาคม 2565)

บุญชาญ ผ่านสุวรรณ^{*}
Boonchan Phasuwan^{*}
สุวิตา พฤกษาภรณ์^{**}
Suvita Pruekaporn^{**}

บทคัดย่อ

การกำหนดแนวทางพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลิ่งชัน ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัยนี้เกิดจากการวางแผนแบบร่วมกันของส่วน จะเป็นแรงผลักดันการทำงานในภาพกว้างและจะได้ไม่ทำงานซ้ำซ้อน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้เสนอการพัฒนาสินค้าและบริการโดยให้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นหลักประเด็นมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัย รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงบวก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรต้องวางแผนการท่องเที่ยวด้วย ความระมัดระวัง สามารถสะท้อนแนวคิดในแง่บวก ปลอดภัยได้มาตรฐาน หลีกเลี่ยง ภาพลักษณ์ที่มีความล่อแหลมนำไปสู่ความเสียหาย

คำสำคัญ: มาตรฐานอาชีพ, กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน, แนวทางการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

Abstract

Establish guidelines for the development of occupational standards for community-based tourism enterprises with participation of Taling Chan Community, Taling Chan Subdistrict, Ban Dan Lan Hoi District Sukhothai province due to Joint planning of the section It will be the driving force of working in the broader and will not be redundant. Tourism operators propose the development of products and services by mainly studying tourists' behavior, safety and sanitation standard issues, as well as having a positive attitude towards the model of community-based tourism activities. Therefore, those involved in community-

^{*} นักวิจัย, ศูนย์วิจัยทางการเกษตร สวอนธุ์รัฐ, E-mail: nook392@gmail.com

^{**} อาจารย์ประจำหลักสูตร, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, E-mail: Suwita.pr@ssru.ac.th

based tourism management should also have a tourism plan. Caution can reflect the concept in a positive light Safe, standardized, avoiding a precarious image that leads to disgrace.

Keywords: Occupation standard, Community-Based Tourism Enterprise Group, Participatory development approach

1. บทนำ

1.1 การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือ CBT (Community Based Tourism) โดยมีหน่วยงานองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนในภาคบริการที่สำคัญ ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงมีความจำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงชุมชน ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการดำเนินงาน บริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนในการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วยองค์ประกอบอยู่ 4 ด้านดังนี้ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) องค์กรชุมชน 3) การจัดการ 4.) การเรียนรู้ของชุมชน ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นความพยายามหนึ่งของการสร้างทางเลือกในการพัฒนาในประเด็นการท่องเที่ยวที่ผู้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์การท่องเที่ยว จึงมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยกรมพัฒนาชุมชน ในปี พ.ศ. 2544 ได้จัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP: One Tambol One Product) ในปี พ.ศ. 2557 ได้มีโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP Village และในปี พ.ศ. 2561 ได้จัดทำโครงการกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น วิถีชีวิตในชุมชน การพัฒนาโดยใช้แนวคิดต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อส่งเสริมให้หมู่บ้าน มีสินค้าและบริการในชุมชน (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2556) เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน ผ่านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งพลิกโฉมจากการผลักดันสินค้า OTOP ให้ออกไปขายนอกบ้านมาเป็นการส่งเสริมให้เกิดรายได้ตามความต้องการของชุมชน โดยใช้ชุมชนเป็นตัวตั้ง สร้างการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยวระดับหมู่บ้านที่มีอัตลักษณ์และยกระดับสินค้าโดยสร้างนวัตกรรมที่กลมกลืนกับวิถีชุมชน รูปแบบสินค้าที่ความร่วมมือร่วมสมัยเป็นการสร้างรายได้แบบกระจายตัวทั่วทั้งชุมชน และพัฒนาศักยภาพที่ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยมีความสุขเป็นที่ตั้ง เพื่อก้าวไปสู่ความ มั่งมี ศรีสุข แต่พบว่า ปัญหาการท่องเที่ยวโดยชุมชนพบว่า ขาดการพัฒนาการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวที่บูรณาการการเรียนรู้เพื่อช่วยเหลือชุมชนและประชาชนให้ประกอบอาชีพและรายได้ ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ในการพัฒนาความรู้และทักษะการเรียนรู้ทางการตลาดของคนปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในชุมชนมากมายแต่ขาดการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดในการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative Learning) ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเกษตรกร ภาคเอกชนและลูกค้า จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมของโลกมากขึ้นเพื่อเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมและการ

ท่องเที่ยวชุมชนเปลี่ยนไป ตลาดที่เป็นสถานที่เปลี่ยนเป็นตลาดออนไลน์ ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการรวดเร็วมากขึ้น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2555) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดทำโครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของไทย (Creative Tourism Thailand) และสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT-I) จัดทำโครงการท่องเที่ยวสุขชีวีชุมชน เป็นโครงการพัฒนาต้นแบบชุมชน ในการนำชุมชนต้นแบบมาเป็นชุมชนนำร่อง เนื่องจากชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยว เป็นชุมชนที่มีการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยคนในชุมชน และมีการศึกษาวิจัยจากหน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง กระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้สามารถที่จะก้าวเดินไปได้ด้วยตัวของชุมชนเอง (ศุภวรรณ เชื้อเมืองพาน, 2556) เช่นเดียวกับ จิระนันท์ ทองสมัคร และคณะ (2556) กล่าวว่า เมื่อมีการจัดการอย่างเป็นระบบ และประสบความสำเร็จแล้วยังสามารถขยายผลไปในพื้นที่ข้างเคียง และพื้นที่อื่น ๆ ได้แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนจะเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายจนกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้ สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภท (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, 2553) ซึ่งบุคลากรเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา การวางแผนที่ดีจะช่วยให้เกิดการพัฒนาได้ (Wheelen, 2002) ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับทุนปัญญา ทุนมนุษย์ในการยกระดับสู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน แต่ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน การท่องเที่ยว ของไทยในภาพรวมยังมีปัญหาด้านการกำกับดูแลและขาดมาตรการป้องกันมลพิษและผลกระทบอย่างเพียงพอ สถานประกอบการท่องเที่ยวและโรงแรมยังขาดมาตรการป้องกันมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ดี (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2557)

1.2 ชุมชนตลิ่งชัน ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย

ชุมชนตลิ่งชัน ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย เป็นชุมชนดั้งเดิมที่อพยพมาจากเมืองเหนือและเมืองลับแล ภาษาที่ใช้จึงเป็นภาษาเหนือ มีความเชื่อมโยงกับมิติการพัฒนาในมิติสามห่วง คือมิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และนำเสนอแนวทางพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของจังหวัดสุโขทัยนี้ ในมุมมองของความสำเร็จไปต่อยอดเป็นแบบอย่างแก่ชุมชนที่สนใจที่จะดำเนินการด้านการท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป ซึ่ง World Tourism Organization (2004) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่ควรคำนึงถึงคุณสมบัติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมว่า (1) ควรเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมที่สุด รักษาระบบนิเวศ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (2) ควรเคารพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น อนุรักษ์ความเป็นอยู่ มรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของประเพณี และ (3) ควรเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ดำเนินการได้ในระยะยาว การจัดหาประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นการกระจายความเป็นธรรมในการได้รับรายได้ และบริการสังคมสำหรับคนในชุมชนท้องถิ่น โดยได้เลือกชุมชนตัวแทนที่มี ความแตกต่างกันในเรื่องท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เช่นชุมชนท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท ชุมชนท่องเที่ยวแบบ homestay และชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมและประเพณี เนื่องด้วยพื้นที่ชุมชนเป็นพื้นที่ที่มีความซับซ้อนสูง มีความหลากหลายทางสังคมของแต่ละสมาชิกในชุมชน ทำให้กระบวนการความร่วมมือในเชิงการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนที่มีความซับซ้อนขึ้นไปด้วยเมื่อต้องมีการตัดสินใจในการวางแผนการทำความเข้าใจกระบวนการความร่วมมือของชุมชนจึงต้องอาศัยเครื่องมือหลากหลายรูปแบบที่ใช้ในการเก็บและประมวลข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ แนวคิดการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม

จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยอธิบายและสร้างความเข้าใจถึงรูปแบบกระบวนการความร่วมมือในชุมชนที่มีผลการตัดสินใจในเครือข่ายความร่วมมือ รวมถึงสามารถใช้ข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนตรรกะในการอธิบายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการความร่วมมือของชุมชนได้

2. แนวทางพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ (Community-based Tourism หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “Host Management”) ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเติบโตเป็นเครือข่ายมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบของการจัดการโดยชุมชนถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2561), ท่ามกลางกระแสท้องถิ่นนิยมที่มุ่งเน้นให้มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนท้องถิ่น ดังจะเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 พอสรุปได้ว่าในมาตรา 46 และมาตรา 56 กล่าวถึงการให้สิทธิชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึงตนเองและการตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นตามมาตรา 78 รวมทั้งกระแสการเรียกร้องของชุมชนท้องถิ่นท่ามกลางแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (กอบกุลรายะนาคร, 2550) แต่ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามกระแสของโลกาภิวัตน์ ทำให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์และสร้างโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ถือเป็นตัวกระตุ้น และพลังขับเคลื่อนในการพัฒนาประเทศ ซึ่งมีผลต่อทั้งระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ และนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคนั้น ๆ ซึ่งสามารถช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น และส่งผลให้การพัฒนาด้านรูปแบบ กิจกรรม หรือนวัตกรรมบริการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังนั้นการพัฒนาการรูปแบบการท่องเที่ยวของไทย นอกจากจะมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศ ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีส่วนกับท่องเที่ยวได้มีอาชีพและมีรายได้ ประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้น่าสนใจและมีความแปลกใหม่ น่าสนใจมากขึ้น (ชูศักดิ์ อินทมนต์, 2562)

รัฐบาลชุดปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศเพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ด้วยการให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน โดยการขับเคลื่อนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านกลไกประชารัฐโมเดลประเทศไทย 4.0 นี้ เป็นแนวทางการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพื่อมุ่งไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม หรือ value-based economy ใช้เทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นกลไกที่สำคัญ ในการขับเคลื่อนประเทศ นอกจากนั้น แนวทางที่สำคัญที่ต้องการเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น การท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนที่มี

ความเกี่ยวข้องเป็นอย่างมากต่อการขับเคลื่อนแนวคิดดังกล่าว เพื่อมาประยุกต์และพัฒนากองทุนเพื่อไทย เพื่อพัฒนากองทุนเพื่อไทยยุค 4.0 ขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมกองทุนเพื่อไทยบนฐานนวัตกรรม การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการกองทุนเพื่อไทย รวมถึงบริหารจัดการแหล่งกองทุนเพื่อไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น กรอบแนวคิดที่สำคัญของประเทศไทย 4.0 ต่อการพัฒนากองทุนเพื่อไทยนั้น มีภารกิจสำคัญ 2 ประการที่จะเป็นแนวทางหลักที่ทุกภาคส่วนต้องช่วยกันพัฒนา คือ การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน และการเชื่อมโยงภายในสู่เศรษฐกิจโลกการพัฒนาแหล่งกองทุนเพื่อไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนกองทุนเพื่อไทยรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการกองทุนเพื่อไทยต่าง ๆ ที่ต้องมีการสร้างการรับรู้คุณค่า การเน้นคุณค่าของมูลค่าเพิ่มทางรายได้ไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพเข้าถึงเอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่นโดยใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์ การนำเทคโนโลยีและการออกแบบเป็นเครื่องมือที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจการกองทุนเพื่อไทย สร้างความมั่นคงทางการกองทุนเพื่อไทยผ่านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนาสินค้ากองทุนเพื่อไทยให้มีนวัตกรรมแตกต่างจากเดิม ดังนั้นพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ หรือประชากรในประเทศไทยให้มีศักยภาพสูงขึ้น มีความสามารถและความเชี่ยวชาญที่พร้อมจะใช้เทคโนโลยีสร้างนวัตกรรมและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ได้ ประชาชนทุกคนทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม โดยมีการพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อสร้างความสมดุลทั้งทางด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชุมชน ธุรกิจ และประชาชนทุกพื้นที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (กรมการกองทุนเพื่อไทย, 2561)

ด้วยเหตุนี้ วิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ในยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมเป็นฐานที่มั่นคงของประเทศนำไปสู่แนวทางเริ่มต้นในการบ่มเพาะผู้ประกอบการในชุมชนเป้าหมาย ซึ่งเป็นการเสริมสร้างผู้ประกอบการด้วยการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการการตลาด องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการดำเนินธุรกิจชุมชนในการผลิตสินค้าและบริการในระดับฐานราก ส่งเสริมให้มีอัตราการอยู่รอดสูงและสนับสนุนให้มีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (สำนักงานส่งเสริมการเกษตร, 2555) เป็นส่วนหนึ่งที่มีขนาดกลุ่มธุรกิจที่มีขนาดเล็กและสามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน สังคม ประเทศชาติได้ และการกองทุนเพื่อไทยจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญ ดังนั้นที่ผ่านมารัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการกองทุนเพื่อไทยอย่างต่อเนื่องโดยสร้างนโยบายให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการกองทุนเพื่อไทยในหลายรูปแบบ อาทิ การกองทุนเพื่อไทยเชิงนิเวศ การกองทุนเพื่อไทยโดยชุมชน วิสาหกิจชุมชนกองทุนเพื่อไทย โฮมสเตย์ และหมู่บ้านกองทุนเพื่อไทยโอท็อปวิถีวิ โดยมุ่งหวังว่าการกองทุนเพื่อไทยชุมชนจะเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้จากการกองทุนเพื่อไทยสู่ชุมชนอย่างทั่วถึงตาม จากข้อมูลเชิงประจักษ์ของการกองทุนเพื่อไทยชุมชนที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นว่ามีทั้งผลกระทบทางด้านบวกและลบ โดยด้านบวกคือเพิ่มและกระจายรายได้จากการกองทุนเพื่อไทยสู่ชุมชนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสืบสานฟื้นฟูประเพณีวัฒนธรรมเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรในชุมชน แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบด้านลบเช่นกัน ประเพณีวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า (สุภางค์ จันทวานิช, 2555) วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงอีกทั้งมีเพียงบางกลุ่มเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์

ซึ่งมักเป็นกลุ่มผู้มีอิทธิพลและอำนาจทางการเงินที่รับรู้และปรับตัวสู่งานบริการต่างจากชาวบ้านที่มีส่วนร่วมน้อยและมักอยู่ในฐานะแรงงานทางการท่องเที่ยว (วรวรรธ ทรายใจ, 2558) ซึ่งเมื่อชุมชนตอบสนองต่อนโยบาย เกิดการรวมกลุ่มในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้เกิดการขัดผลประโยชน์และความขัดแย้งในการใช้ทรัพยากร มีการสร้างข้อตกลงในการจัดการท่องเที่ยวที่มีเพียงบางกลุ่มที่ได้ผลประโยชน์แต่เมื่อพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามา สร้างความอัดอัด รู้สึกไม่ปลอดภัย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวชี้ให้เห็นว่านโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนนำไปสู่การจัดระบบชุมชนใหม่ และก่อให้เกิดความขัดแย้ง และส่งผลให้ความเป็นปึกแผ่นในชุมชนลดลง จากเหตุผลข้างต้นจึงเป็นประเด็นสนใจที่จะทำการศึกษาว่าจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่ผ่านมามีผลกระทบต่อความเป็นปึกแผ่นของชุมชนท่องเที่ยวเพียงใด และมีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและอ้อมต่อความเป็นปึกแผ่นของชุมชนท่องเที่ยว เพื่อนำผลการวิจัยพัฒนาสู่การเสนอแนวทางการผลักดันนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหนุนเสริมความเป็นปึกแผ่นของชุมชนต่อไป ทั้งนี้เพราะความเป็นปึกแผ่นของชุมชนมีความสำคัญ และเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเกิดความยั่งยืน และยังเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สร้างพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนในทุกมิติ เพราะจะช่วยให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือกันไปสู่เป้าหมายที่ชุมชนกำหนดไว้ และก่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนชุมชนให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนที่จะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืน (สมศักดิ์ มกรมณเฑียร, 2557)

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำนวนมาก ทั้งที่ดำเนินการโดยภาครัฐภาคเอกชน รวมทั้งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีทั้งที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว และไม่มีการจดทะเบียนก็มี โดยในปี 2558 มีผู้จดทะเบียนแล้วจำนวน 423 ราย อย่างไรก็ตามจากผลการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนของกรมส่งเสริมการเกษตรในปี 2557 พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีศักยภาพในการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.09) และยังมีวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับต้องปรับปรุง ร้อยละ 16.75 โดยด้านที่ต้องปรับปรุงมากที่สุดคือ การบริหารการตลาด (ร้อยละ 20.65) (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562) สอดคล้องกับผลการศึกษาของนรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2557) ที่พบว่าแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยังต้องได้รับการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านการตลาด รวมถึงการสร้างเครือข่ายการตลาดในระดับชุมชนท้องถิ่นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของนักวิชาการอีกหลายคนพบว่าปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่คือบุคลากรขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะการบริหารการตลาด รวมทั้งยังไม่มีเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงาน ด้วยเหตุนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในภาครัฐ เอกชน หรือชุมชนท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ชุมชน หรืออยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ดังนั้นจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ชุมชน รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้น การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนจึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน มีการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพ ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว อุปสรรคประการหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ของชุมชนต่าง ๆ คือ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าทางการท่องเที่ยว บริบทชุมชนรวมทั้งอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน การบริหารจัดการที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนที่แท้จริงคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวตามบริบทของแต่ละชุมชนให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยอยู่บนพื้นฐานของศักยภาพทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น ศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับ ศักยภาพทางด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะของแต่ละชุมชนด้วยเหตุนี้ การเรียนรู้จากชุมชนที่มีความเข้มแข็งในการจัดการการท่องเที่ยวจะเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนอื่น

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของ ชุมชนตลิ่งชัน ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย เป็นจังหวัดขนาดเล็กที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มีสถานที่สำคัญที่ ทรงคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเพื่อ การพักผ่อนและศึกษาหาความรู้ และยังมีประเพณีและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ โดยเฉพาะหนึ่ง ตะลุง ทางสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติได้ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และสืบทอดศิลปการแสดงหนังตะลุงให้แก่อนุชนรุ่นหลัง เพื่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่านี้ให้คงอยู่สืบไปอีกด้วย พบว่า จังหวัดสุโขทัยเป็นหนึ่งในจังหวัดภาคเหนือที่ไม่ค่อยมีใครกล่าวถึง และไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก อีกทั้งภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และยังไม่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวอีก แต่จากสถิตินักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน นักท่องเที่ยว 1,326,468 คน ในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,472,162 คน และมาใน ปี พ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,554,455 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จากสถิติจะสังเกตได้ว่ามีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุกปี แต่ก็ยังเจอปัญหาจากข้อมูลรายได้หลักของจังหวัดสุโขทัย พบว่า ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดอยู่ในลำดับที่ 3 ของการสร้างรายได้หลักของจังหวัดสุโขทัย รองจากภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ทั้งที่จังหวัดสุโขทัยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าท่องเที่ยวจำนวนมาก และจากรายงานการบรรยายสรุปจังหวัดสุโขทัยพบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยจากขาดการบริหาร จัดการที่ดี ขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวชุมชน ประชาชน ผู้ประกอบการ นอกจากนี้บุคลากรทางการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวยังขาดความรู้ความเข้าใจในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและทักษะการท่องเที่ยวเชิงสากล ทำให้นักท่องเที่ยว ยังไม่ได้รับข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด และยังไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่พัก และการบริการการท่องเที่ยวยังไม่มีหลากหลาย ยังขาดมาตรฐาน และไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว (ข้อมูลจังหวัดสุโขทัย, 2561)

2.2 แนวทางการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลิ่งชัน ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย

ชุมชนตลิ่งชัน ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย เป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมคือ การทำเครื่องปั้นดินเผาแบบดินแดง ซึ่งเป็นศิลปหัตถกรรมดั้งเดิม ชุมชนมีการตั้งถิ่นฐานในพื้นที่มาตั้งแต่สมัยสุโขทัย ไม่เคยมีการย้ายถิ่นหรือเปลี่ยนอาชีพหลัก จึงทำให้เกิดความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตามเนื่องจากทั้งหมดมีอาชีพหลักเดียวกันการพัฒนาอาชีพของกลุ่มช่างฝีมือ

บ้านตลิ่งชันจึงมีการแข่งขันค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการขายตัดราคา หรือเกิดระบบการผลิตแบบใหม่ที่สามารถขายเครื่องบินได้รวดเร็วและปริมาณมากขึ้นในราคาที่ต่ำลงงานฝีมือจึงค่อยๆ หมดความสำคัญลงและช่างฝีมือส่วนใหญ่ในพื้นที่เป็นผู้สูงวัย จากการสำรวจในพื้นที่พบว่าชุมชนตลิ่งชันมีศักยภาพทางด้านวัฒนธรรมสูง สามารถเป็นตัวแทนของการท่องเที่ยวแบบเอี่ยมชมวิถีชีวิตจริงของชุมชน แต่มีอุปสรรคสำคัญคือ การสืบทอดวัฒนธรรมสู่คนรุ่นใหม่ การขาดกำลังคนวัยทำงานทำให้การวางแผนการบริหารจัดการที่เป็นระบบทำได้ยาก เนื่องจากไม่สามารถระบูกิจกรรม และความรับผิดชอบในระยะยาวได้

ดังนั้น กระบวนการพัฒนาโดยปลูกให้คนในชุมชนเชื่อมั่นในตัวเองก่อน เห็นข้อดีของตัวเองก่อนแล้วนำไปสู่การต่อยอด สร้างเครือข่าย หาผู้สนับสนุน ทั้งในด้านวิชาการ เงินทุนจากภาครัฐและเอกชน การที่ให้ชุมชนจัดสรรงบประมาณเป็นกองทุนสำหรับทุกคนในชุมชนจึงเป็นสิ่งจำเป็น และสำคัญ อย่างไรก็ตามหัวใจของการดำเนินงานการท่องเที่ยวชุมชนคือ เรื่องการมีส่วนร่วมในชุมชน และอีกสิ่งหนึ่งที่ชุมชนต้องตระหนักก็คือ Social Protect ซึ่งชุมชนจะต้องมองอนาคตว่าจะมีการปกป้องตัวเองอย่างไร ท่ามกลางกระแสของนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามา ตลอดจนความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้าน เหล่านี้คือรายละเอียดปลีกย่อยที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอแนวทางพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลิ่งชัน ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย ประเด็น ดังนี้

2.2.1 ปัจจัยด้านการตลาด แนวทางที่นำเอาส่วนประสมการตลาดบริการ มาใช้ปรับ ปรับปรุงและพัฒนาอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม มีดังนี้

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวประกอบด้วย สถานที่พำนักระยะยาว สนามกอล์ฟ สถานพยาบาล สถานบริการด้านนวดเพื่อสุขภาพ พบว่า สถานที่จะต้องมีความปลอดภัย มีความรู้สึกเหมือนอยู่ในประเทศของนักท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย ส่วนผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการพร้อมกับการดูแลรักษา ไม่ว่าจะเป็นการรักษาความสะอาดในส่วนของโรงแรมที่พักอย่างสม่ำเสมอตามมาตรฐาน พร้อมจัดให้มีโปรแกรมให้บริการที่หลากหลายรูปแบบครบวงจร ซึ่งเป็นที่นิยมตามความต้องการของผู้ใช้บริการจะเห็นได้ว่าความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการสปา เพื่อสุขภาพและความงาม พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่หลากหลาย รูปแบบเพื่อต้องการความสวยงามซึ่งเป็นที่ยอมรับในการดูแลสุขภาพร่างกายและการจัดการการตลาดแบบ บูรณาการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยเริ่มตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก เน้นการบริการสินค้าที่มีความแตกต่างและมีคุณภาพแก่ทุกกลุ่มบริการ

2) ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดสุโขทัย ได้ทำการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเองผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ CD ได้ฝากการประชาสัมพันธ์ไปยังการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสุโขทัย โดยใช้เป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษ รวมถึงการออกนำเสนอสถานประกอบการ (roadshow) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ซึ่งได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่าน

ระบบอินเทอร์เน็ต กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ใช้การให้ส่วนลด (Discount) เข้ามาเป็นกลยุทธ์เสริมจากกลยุทธ์ราคาและความคุ้มค่า (Price and Worthiness) เพราะเป็นกลยุทธ์อาจจะไม่มีกรอบหรือกรอบก็ได้ เช่น กลยุทธ์การซื้อล่วงหน้า เข้ามาใช้เป็นการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ขอซื้อการให้บริการแบบล่วงหน้าตามกำหนด เวลาที่ผู้ให้บริการกำหนด ซึ่งถ้าเป็นลักษณะแบบนี้ผู้ประกอบการยังสามารถทำการวางแผนงานของการให้บริการตามที่ลูกค้าต้องการได้เหมาะสม ครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ ซึ่งยังเป็นการสนับสนุนกลยุทธ์บุคลากร (Personnel) อีกทางด้วย และลูกค้ายังสามารถสะสมการมาใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับส่วนลดเพิ่มเติม ซึ่งถือได้ว่าเป็นอีกแรงจูงใจให้กับลูกค้าอีกด้วย ซึ่งต้องใช้การประชาสัมพันธ์ ในช่องทางต่าง ๆ มาเป็นตัวช่วย เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่รวดเร็วและมีคุณภาพ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ใช้กันมาก เพราะให้ข้อมูลและสร้างการรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และ ผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาทางสื่อหลากหลาย เช่น เอกสาร วิทยุสิ่งพิมพ์ทางเว็บไซต์ มีเอกสารคู่มือแนะนำเกี่ยวกับการบริการ สปามีการให้ส่วนลดตามระยะเวลาในการบริการ มีการลดราคาเมื่อนักท่องเที่ยวเข้าพักโปรแกรมสุขภาพเป็นระยะเวลานาน หรือการจัดส่งพาหนะรับส่งฟรีแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวของตน

3) ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดสุโขทัย ส่วนใหญ่ได้มีการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน ตั้งแต่ระดับพื้นฐานในชีวิตประจำวัน จนถึงสามารถโต้ตอบใกล้เคียงกับชาวต่างประเทศ รวมถึงการเอาใจใส่ให้บุคลากรที่บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสามารถในการบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยการฝึกอบรมเพิ่มเติมหรือส่งเสริมให้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศต่างๆ เพื่อให้เข้าใจชาวต่างประเทศมากขึ้น กลยุทธ์ด้านบุคลากร (Personnel) นับเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญยิ่งในการประกอบกิจการ เพราะเป็นสิ่งสำคัญช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจ ประสบความสำเร็จตามที่ธุรกิจได้ตั้งเป้าหมายไว้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญแก่บุคลากร หรือพนักงานให้กิจการให้เพียงพอและควรวางแผนด้านการบริหารงานบุคคล และองค์กรให้เหมาะสม มีระบบการพัฒนาบุคลากรฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานและการวัดประเมินผลการปฏิบัติการสม่ำเสมอ และตรงตามเกณฑ์มาตรฐานสปาที่สาธารณสุขได้กำหนดไว้ จะเห็นได้ว่าความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม ผู้ประกอบการควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และความชำนาญให้มีมาตรฐานในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ

4) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดสุโขทัย โดยส่วนใหญ่ได้อาศัยรูปแบบการการจัดสถานที่ประกอบการให้ดูสะอาดสบาย ผ่อนคลาย และมีบรรยากาศของจังหวัดสุโขทัย นับได้ว่าเป็นปัจจัยต้น ๆ ที่ควรให้ความสำคัญเพื่อให้ผู้รับบริการได้ประทับใจในสภาพแวดล้อม เนื่องจากสปาเพื่อสุขภาพผู้รับบริการจะต้องรับบริการครบทั้ง 5 มิติ คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส มีการตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย สถานที่ต้อนรับแยกออกจากส่วนที่ให้บริการอย่างชัดเจนมีการจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสมเพียงพอตามบริเวณให้บริการจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ใช้บริการควรมีการจัดให้เป็นสัดส่วนให้มีความสวยงามสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งได้ถูกนำเสนอในรูปแบบของการบริการท่องเที่ยวโดยชุมชนของรัฐเกรละ

ส่วนใหญ่มีการประยุกต์รูปแบบการตกแต่งสถานที่โดยใช้รูปแบบพระราชวังอินเดียนโบราณ หรือการจำลองสภาพหมู่บ้านอินเดียสมัยก่อนเพื่อส่งผลให้เกิดศักยภาพด้านความพึงพอใจแก่ลูกค้า

2.2.2 ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่นอกจากความต้องการท่องเที่ยวของเที่ยว ที่เกิดจากปัจจัยที่เกิดจากอำนาจหรือพลังดึงดูดของสถานที่ท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีดังนี้

1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน การสร้างงาน การเพิ่มรายได้การกระตุ้นการผลิต แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของผู้ประกอบการที่พบมักจะเป็นเรื่องของความไม่ต่อเนื่องของฤดูกาลของการท่องเที่ยวส่งผลให้มีรายได้ไม่ต่อเนื่อง นอกจากนี้ อาจมีประเด็นเกี่ยวกับผลประโยชน์ในชุมชน โดยเฉพาะพื้นที่จัดตั้งร้านค้า การจัดที่จอดรถที่มีอย่างลำบาก และขาดการจัดระเบียบ การทำตลาดโดยความร่วมมือกับภาครัฐ (Cooperating with government) เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานในประเทศต่างๆ จะเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหาข้อมูลมากที่สุด หากมีหน่วยงานการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยสามารถให้ข้อมูลกับทาง ททท. จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยว หรือ การทำตลาดแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Friend-To-Friend) คือการทำตลาดที่เอาใจใส่ต่อการบริการเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเน้นคุณภาพการบริการมากกว่า ค่าใช้จ่าย ดังนั้นผู้ให้บริการควรบริการให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน (Feel at home)

2) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ควรเน้นด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งมีคุณค่าและเป็นทุนเดิมที่มีอยู่ของชุมชน เป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจที่ดีต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น เกิดความรัก ความหวงแหน ภูมิใจวัฒนธรรมของตนเอง เกิดความร่วมมือร่วมใจในการฟื้นฟูสืบทอดและอนุรักษ์วัฒนธรรมส่วนผลกระทบในแง่ลบ ได้แก่ การเกิดปัญหาการขัดแย้งทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น การเปลี่ยนแปลงค่านิยม รูปแบบของวัฒนธรรมท้องถิ่น การลดคุณค่าของวัฒนธรรมและศิลปวัตถุ การทำลายศิลปวัตถุของชุมชนท้องถิ่น การทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น และ วิถีความเป็นชุมชนท้องถิ่น ได้สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น ช่วยรักษาพัฒนาปรับปรุงและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของชุมชน และค้นคว้าแนวทางรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น ส่วนผลกระทบในทางลบ ได้แก่ เกิดปัญหาการทำลายทรัพยากรในด้านต่างๆ ของชุมชนท้องถิ่น เช่น ทรัพยากรป่า

2.2.3 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้ ประกอบไปด้วย

1) ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ในชุมชนมีสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ที่มีความหลากหลายของพืชพันธุ์เฉพาะถิ่นนานาชนิด รวมทั้งมีทัศนียภาพที่สวยงาม ซึ่งตลอดเส้นทางยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเป็นสถานที่เอื้อต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีจุดเด่นด้านการประยุกต์ใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมาใช้เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาด้านรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางสุขภาพนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ รูปแบบรีสอร์ทและมีศูนย์บริการสุขภาพ และรูปแบบรีสอร์ทที่ใช้อายุรเวทเป็นรูปแบบหลัก เมื่อพิจารณารูปแบบรีสอร์ท

และมีศูนย์บริการสุขภาพ พบว่า สามารถแบ่งเป็นรูปแบบรีสอร์ทที่เน้นอายุรเวทเป็นหลัก และเป็นรูปแบบรีสอร์ทที่ผสมผสานระหว่างสปาแบบตะวันตกและอายุรเวท สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบ สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้นๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยแต่ละกลุ่มจะสนใจสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทแตกต่างกันไป เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติก็ชอบที่จะไปเที่ยวภูเขาหรือหาดทราย หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านศิลปวัฒนธรรมก็ชอบที่จะไปเที่ยวชมวิถีชีวิตของชาวเขา หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านโบราณสถานก็ชอบที่จะไปเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ ภาพลักษณ์และราคาค่าเข้าชมของทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยว นั้น

2) ปัจจัยด้านความสำราญจากการท่องเที่ยว มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และการมีที่พักอาศัยหรือที่พักผ่อนหย่อนใจ (Accommodation or Rest Areas) ปัจจุบันการเดินทางเข้าถึงชุมชนมีความสะดวก มีถนนลาดยางตลอดเส้นทาง โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงชุมชนได้ทั้งรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสาร และรถรับจ้างเหมา โดยทั่วไปในชุมชนมีสถานที่จอดรถ ยังมีที่พักอาศัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การบริการด้านที่พักในลักษณะ Home Stay แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของโรงแรมพักและห้องน้ำ อาจยังไม่ได้มาตรฐานในด้านความสะดวกสบาย และระบบสาธารณสุขมูลฐานเท่าที่ควรและ การเข้าถึงตามแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนต่าง ๆ นั้นยังขาดการสาธารณูปโภคด้านการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยวโดยภาครัฐ เช่น ถนน การขนส่งสาธารณะ เป็นต้น มีเพียงการอำนวยความสะดวกจากภาคเอกชน แต่ก็ยังทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ดีเท่าที่ควร เพราะต้องมีรถหรือเรือจากสถานประกอบการเอกชนเท่านั้นถึงจะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ การท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง อีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

3) ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activity) จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในมิติของศักยภาพ การรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน และสามารถกำหนดผ่านรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ความประทับใจ (Amenities) เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านตลิ่งชันอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ และน้ำตก ดังนั้น จึงเป็นโอกาสให้ชุมชนสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ อย่างเช่น การจัดเส้นทางเดินป่า ความสะดวกประเภทความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่พักเช่น โรงแรม รีสอร์ททางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสะดวก ครบครันได้มาตรฐานตามหลักสากล การท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังทรัพยากรท่องเที่ยว นั้นให้ได้รับความสะดวกสบาย และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวอยากจะอยู่ท่องเที่ยววันวันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึงสรรพสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย และปลอดภัย โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวก

ทางการท่องเที่ยวเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนแล้วถือเป็นผลพลอยได้ใน การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการที่ได้อธิบายว่าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเช่นกัน คือการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว เพราะองค์ประกอบดังกล่าวมีผลอย่างยิ่ง ต่อค่าใช้จ่ายความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าสู่สถานที่นั้นซึ่งรวมถึงสาธารณูปโภคในส่วน ของถนน สนามบิน รถไฟ ท่าเทียบเรือ รวมถึงความจุปริมาณของผู้โดยสาร ความรวดเร็ว ราคาและระบบ สาธารณูปโภคเหล่านี้รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการออกวีซ่าและการตรวจคนเข้าเมือง

3. บทสรุป

การกำหนดแนวทางพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของ ชุมชน ต่ลิ่งซัน ตำบลตลิ่งซัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัยทั้งนี้เกิดจาก การวางแผนมีส่วนร่วม (Planning) เนื่องจาก โครงสร้างของตลาดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมีความผูกพัน ประสานงานทุกภาคส่วนดังนั้นการ วางแผนการตลาดร่วมกัน จะเป็นแรงผลักดันการทำงานในภาพกว้างและจะได้ไม่ทำงานซ้ำซ้อน ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นหลักเนื่องจากจะได้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ แต่สิ่งสำคัญที่น่าเป็น ห่วง คือจะต้องไม่ทำลายเอกลักษณ์ของจังหวัดสุโขทัย การทำตลาดอาศัยโครงข่ายการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay Tourism Networking) เนื่องจากการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมีหลายหน่วยงานที่ ร่วมกันดำเนินงาน และประกอบกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ ดำเนินการมานาน ดังนั้น การดำเนินการโดยใช้โครงข่ายการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ และที่สำคัญหากการค้า จังหวัดสุโขทัย จะเป็นศูนย์กลางของการประสานงานการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้กับหมู่สมาชิก การ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Human Resource Development) โดยเฉพาะด้านภาษา และเข้าใจถึง วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว สำหรับชาวญี่ปุ่นสิ่งสำคัญคือการ ติดต่อสื่อสารและการเข้าใจทางวัฒนธรรม จากนั้นนิสัยของชาวญี่ปุ่นพบว่า ชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญต่อการ บริการของบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ลำดับแรก การกำหนดราคาของสินค้าและบริการ (Price) ให้เป็นราคาที่สมเหตุสมผล เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะทำการตรวจสอบราคาการบริการสินค้าและ บริการจากผู้ให้บริการรายการอื่นด้วยหากพบว่า ราคาในการบริการเกินกว่าความจำเป็น นักท่องเที่ยวไม่ กลับไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายนั้นพร้อมทั้งจะบอกต่อไม่ให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นรายอื่นมาใช้บริการ การทำตลาดแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Friend-To-Friend) คือการทำตลาดที่เอาใจใส่ต่อการบริการเนื่องจากชาว ญี่ปุ่นเน้นคุณภาพการบริการมากกว่า ค่าใช้จ่าย ดังนั้นผู้ให้บริการควรบริการให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมี ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน (Feel at home) และ การทำตลาดโดยความร่วมมือกับภาครัฐ (Cooperating with government) เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานในประเทศ จะเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวหา ข้อมูลมากที่สุดหากมีหน่วยงานการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยสามารถให้ข้อมูลกับทาง ททท. จะทำให้เกิด ความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยว การเอาบริการส่งเสริมสุขภาพไปหารวมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการของ หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การใช้บริการสปารวมอยู่กับรายการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือ จากหน่วยงานนั้น ๆ เช่น บริษัทนำเที่ยว เป็นต้นโดยจะต้องอาศัยความร่วมมือหรือความช่วยเหลือจาก ตัวแทน

เป็นสื่อกลางในการประสานงานนอกจากใช้ความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ แล้ว ยังต้องนำเอากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มาช่วยเสริมกลยุทธ์ด้านพันธมิตร

ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ททท. และปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล มีผลต่อแนวทางพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่น ตำบลท้องถิ่น อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย ทั้งนี้เนื่องจาก ด้านเศรษฐกิจ ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน การสร้างงาน การเพิ่มรายได้การกระตุ้นการผลิต แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของผู้ที่พบมักจะเป็นเรื่องของความไม่ต่อเนื่องของฤดูกาลของการท่องเที่ยวส่งผลให้มีรายได้ไม่ต่อเนื่อง นอกจากนี้ อาจมีประเด็นเกี่ยวกับผลประโยชน์ในชุมชน โดยเฉพาะพื้นที่จัดตั้งร้านค้า การจัดที่จอดรถที่มีอย่างลำบาก และขาดการจัดระเบียบด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงแผนการประกอบอาชีพช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพ สร้างความสามัคคี ป้องกันการอพยพย้ายถิ่นเสริมสร้างการศึกษาสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ในอีกด้านหนึ่ง อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและค่านิยมท้องถิ่น ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยวเนื่องจากการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนอื่นเข้ามาเป็นประชากรแฝง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ. <http://www.mots.go.th>, สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2562.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2557). การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. [ออนไลน์], 2557, แหล่งที่มา : <http://www.doae.go.th> [23 ต.ค. 2562].
- กรมการท่องเที่ยว. (2561). แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2564 ของกรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2555). เอกสารดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- กอบกุล ราชะนาคร. (2555). กฎหมายกับสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- ข้อมูลจังหวัดสุโขทัย. (2561). ข้อมูลจังหวัดสุโขทัย, <http://www.sukhothai.go.th>, สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2562.
- จิระนันท์ ทองสมัคร. (2556). การท่องเที่ยวสร้างสรรค์: ทิศทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยว. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 8(2), 92-100.
- ชูศักดิ์ อินทมนต์. (2562). รูปแบบการจัดการธุรกิจนวัตกรรมโฮมสเตย์ในชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยว. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 39(6), 85-103.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2557). แนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย. *TAT Tourism Journal*, 4.
- นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ. (2557). รายงานการวิจัยการพัฒนารูปแบบขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการตลาดของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน. นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). แนวทางการพัฒนาถนนคนเดินตลาด200ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยความร่วมมือของชุมชน. *Veridian E-journal*, 6(1), 119.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. (2553). แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ปี 2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย. สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ สถาบันวิจัยสังคม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.
- วรวรรธ ทรายใจ. (2558). การพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวและการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับจังหวัดของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุภวรรษ เชื้อเมืองพาน. (2556). การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาบ้านไร่กองขิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารแก่นเกษตร, 41(1), 679-684.
- สุรางค์ จันทวานิช. (2555). ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมศักดิ์ มกรมณเทียร. (2557). การพัฒนายุทธศาสตร์การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในพื้นที่วนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน.

[http://www.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=957:2012-07-](http://www.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=957:2012-07-01-03-23-01&catid=35:research-forum&Itemid=146)

[01-03-23-01&catid=35:research-forum&Itemid=146](http://www.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=957:2012-07-01-03-23-01&catid=35:research-forum&Itemid=146), สืบค้นเมื่อ 19 ต.ค. 2562.

สำนักงานส่งเสริมการเกษตร. (2555). การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.

ภาษาอังกฤษ

Wheelen, T. L., and Hunger, J. D. (2002). *Strategic Management and Business Policy* (8th ed).

NJ: Prentice Hall Upper Saddle River.