



การพัฒนาอาชีพส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ฐานรากในอันดามัน

CREATING JOBS FOR THE COMMUNITY TOURISM TO DEVELOP THE LOCAL ECONOMY OF THE ANDAMAN REGION

สุนันตา คันธานนท์

Sunanta Kuntanon

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Phuket Rajabhat University, Thai

E-mail: Sunanta.k@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการยกระดับอาชีพ เพิ่มมูลค่า สร้างความน่าเชื่อถือของอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามัน 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการประกอบอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอันดามัน คือ นักการเมืองท้องถิ่น นักวิชาการ ข้าราชการ ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่ม ผู้ประกอบการ นักศึกษา ประชาชน และนักท่องเที่ยว กลุ่มละ 3 คน รวมเป็น 27 คน ใช้สัมภาษณ์เชิงลึกศึกษาแนวทางการยกระดับอาชีพ เพิ่มมูลค่า สร้างความน่าเชื่อถือของอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามัน และใช้แบบสอบถามศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน จากประชากรจังหวัดภูเก็ต 402,017 คน พังงา 267,491 คน กระบี่ 469,769 คน ตรัง 643,072 คน และระนอง 190,399 คน โดยพื้นที่ติดทะเลอันดามัน ใช้สูตร การคำนวณเครจซี่ และมอร์แกน ได้กลุ่มตัวอย่าง 348 คน โดยกำหนดสัดส่วน $P = 0.5$ เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จึงเพิ่มจังหวัดละ 400 คน รวมเป็น 2,000 คน ใช้ได้ 1,987 คน ซึ่งเครื่องมือศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นแบบสอบถามแล้วปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตามหลักการ (IOC) ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวในอันดามันคือ พัฒนาคน สร้างอาชีพ รับผิดชอบต่อสังคมผ่านเครือข่ายร่วมพัฒนา จัดหาวัตถุดิบ ทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเพิ่มมูลค่ามากที่สุด ($\bar{X}=4.38$) รองลงมาคือ ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ ($\bar{X}=4.21$) และด้านการยกระดับอาชีพ ($\bar{X}=4.13$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: เศรษฐกิจฐานราก, การพัฒนาอาชีพ, การท่องเที่ยวชุมชน



Abstract

This research aimed to study 1) the ways to improve career development, add value, build credibility of careers in tourism management which develop grassroots economy in Andaman region, and 2) the satisfaction of tourists about careers which supports local tourism. A specific selection method, which includes in-depth interviews, was used to gather the qualitative data. The participants of this study were stakeholders in tourism management in Andaman region. There were nine groups of participants and three people in each group. Those groups were local politicians, academicians, governors, community leaders, group leaders, business owners, students, tourists and other people. While questionnaires were used to gather quantitative data about the satisfaction of the tourists. The participants were selected from the population in Andaman region which were 402,017 people in Phuket, 267,491 people in Phang-Nga, 469,769 people in Krabi, 643,072 people in Trang and 190,399 people in Ranong. They were the sample of 348 people selected by Craigsie and Morgan's ready-made tables ($P=0.5$). To avoid incomplete questionnaire responses, the researchers, therefore, added the participants up to 400 people each province. There was a total of 2,000 questionnaire responses, but it can be used only 1,987 questionnaire responses. The research instruments were distributed to three experts to check validity in the form of Items Objective Congruence Index (IOC). The results of this study showed that 1) guidelines for tourism management in Andaman region were to develop people, create careers, build accommodations for tourism services, develop connections, provide innovations, advertise and public relations. 2) an overall satisfaction of the tourists was in the highest level of 4.24. When considering each aspect, it was found that the value added was the highest level ($\bar{x}=4.38$), followed by credibility building ($\bar{x}=4.21$), and career development ($\bar{x}=4.13$), respectively.

Keywords: foundation economy, career development, community tourism

บทนำ

ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ ปัญหาการว่างงาน รวมทั้งการมีค่านิยมการใช้สินค้าจากต่างประเทศ ประชาชนใช้จ่ายเงินเกินตัว รวมทั้งการพัฒนาประเทศที่พึ่งพาเงินทุนและเทคโนโลยีจากต่างประเทศจำนวนมาก เป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ไทยขาดดุลการค้าเพิ่มขึ้น ส่งผล



ให้เงินสำรองระหว่างประเทศลดลงอย่างรวดเร็ว (ภัทรชมน รัตนากร, 2562) การพัฒนาอาชีพ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน จะช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก สร้างมูลค่า สร้างรายได้ให้คนในชุมชน พัฒนาศักยภาพและยกระดับชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในและ ต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเข้ามาโดยเน้นการสร้างเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมไทยควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการอนุรักษ์วิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อให้เกิดการปรับตัวและการดำรงอยู่ของกลุ่มชนชาติ พันธุ์ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน จึงจำเป็นต้องเร่งหาวิธีการดำเนินการที่เหมาะสมและสอดคล้อง กับความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้ตรงกับความต้องการได้อย่างแท้จริง

รัฐบาลมีนโยบายในการพัฒนาโครงการที่เกิดจากศักยภาพของชุมชน และก่อให้เกิด รายได้อย่างยั่งยืน โดยการเชื่อมโยงการใช้ทรัพยากรของรัฐ ท้องถิ่น และจังหวัด เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการบริหารจัดการของสมาชิกกลุ่มอาชีพ (วันปิติ ศรีธรรม, 2561) ชุมชนที่ปรับตัว ได้มีแนวโน้มจะเป็นชุมชนที่สามารถพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่อาศัยปัจจัยการผลิตใน ชุมชน มีการพึ่งพาเงินทุน และเทคโนโลยีจากภายนอกชุมชนน้อย และสามารถนำผลผลิตที่ได้ กลับมาบริโภคในชุมชนได้ มิติทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ระบบเศรษฐกิจที่เป็นการผลิตเพื่อ การค้า และมิติทางด้านวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นมาจากระบบความสัมพันธ์ และการจัดระเบียบ การอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน วัฒนธรรม เป็นความเชื่อ เป็นอุดมการณ์ เป็นคุณค่า เป็น มาตรฐานที่คนในชุมชนมีส่วนร่วม ทั้งหมดที่เป็นเงิน ทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ทุน ที่เป็นผลผลิต ทุนความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะต่าง ๆ (อานันท์ ตะนัยศรี, 2562) สถานภาพของ ผู้ประกอบการท้องถิ่นในปัจจุบันไม่มีการให้ความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชุมชน อีกทั้งยังไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย จึงพบว่า จำเป็นต้องมีปัจจัยกำหนด ความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น จำเป็นต้องต้อง สร้างงานและกระจายรายได้ให้ท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม (กมล รัตนวิระกุล, 2562) จาก สถานการณ์ที่มีผลต่อความจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนาการศึกษา นั้นมีหลายประการ อาทิ ความก้าวหน้า ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแบบก้าวกระโดดที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจ การปฏิวัติ ดิจิทัล (Digital Revolution) ต่อการเปลี่ยนแปลงสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม ผลกระทบต่อการเป็น ประชาคมอาเซียนต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม การที่ประเทศจะก้าวเข้าสู่ Thailand 4.0 นั้น จำเป็นจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายในการขับเคลื่อนไปทั้งระบบ (สุคนธ์ สิ้นธพานนท์, 2560)

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประกอบด้วย พื้นที่จังหวัดระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และจังหวัดตรัง ตั้งอยู่บริเวณคาบสมุทรภาคใต้ฝั่งตะวันตก มีรูปร่างพื้นที่ทอดตัวเป็นแนวยาว ตามแนวเหนือ-ใต้ มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลของมหาสมุทรอินเดียเป็นแนวยาว 878 กิโลเมตร โดยมีลักษณะภูมิศาสตร์เป็นทิวเขาสูงติดชายฝั่งทะเลที่มีลักษณะชายฝั่งจมน้ำและเว้า ๆ แหว่ง ๆ โดยมีเกาะริมทวีป (Continental Island) และเกาะขวางกั้น (Barrier Island) กระจายตัว



ตลอดแนวชายฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนได้หากมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม และการกระจายรายได้โดยการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ที่ได้ขยายสู่การพัฒนาเครือข่ายชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ที่มุ่งให้ชุมชนดำเนินชีวิตตามหลักการพึ่งพาตนเองได้ โดยอาศัยการทำงานร่วมกันแบบเครือข่ายเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน และใกล้เคียงกัน ร่วมมือแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างความเข้มแข็ง พัฒนาอาชีพส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน จะช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก สร้างมูลค่า สร้างรายได้ให้คนในชุมชน พัฒนาศักยภาพ และยกระดับชุมชนยิ่งขึ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเข้ามาโดยการเน้นการสร้างเอกลักษณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการยกระดับอาชีพ เพิ่มมูลค่า สร้างความน่าเชื่อถือของอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามัน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาอาชีพส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามันนักวิจัยได้แบ่งกระบวนการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นประชาชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ในอันดามัน

กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อศึกษาแนวทางการยกระดับอาชีพ เพิ่มมูลค่า สร้างความน่าเชื่อถือของอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามัน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Samples) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ถือได้ว่าเป็นข้อมูลเชิงลึกที่ผู้วิจัยจะใช้การเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยใช้วิธีเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล, 2553) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจได้ลึกซึ้งที่สุด ได้ข้อมูลสำคัญที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับคุณสมบัติที่ผู้วิจัยต้องการ คือ เป็นผู้มีส่วนได้เสียต่อการท่องเที่ยวชุมชน เป็นผู้ที่เข้าใจบริบทของชุมชนได้เป็นอย่างดี และสามารถให้ข้อมูลที่มีคุณภาพ ครอบคลุมขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้จัดได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการ



ประกอบอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอันดามัน ประกอบด้วย นักวิชาการ 3 คน นักการเมืองท้องถิ่น 3 คน ข้าราชการ 3 คน ผู้นำชุมชน 3 คน ผู้นำกลุ่มอาชีพ 3 คน ผู้ประกอบการ 3 คน นักศึกษา 3 คน ประชาชน 3 คน นักท่องเที่ยว 3 คน รวมทั้งหมด 27 คน เพราะสามารถให้ข้อมูลได้ครอบคลุมตามประเด็นที่ต้องการ ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง เพื่อเก็บข้อมูลด้านข้อเท็จจริง ข้อมูลความคิด และเจตคติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนตรงประเด็น ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูลเนื้อหาของการสัมภาษณ์เป็นไปเพื่อให้ได้ข้อคิดเห็นที่มีต่อประเด็นการศึกษาวิจัย ในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการบันทึกข้อมูลโดยย่อ พร้อมกับผู้ช่วยบันทึกคำสัมภาษณ์ในเทปบันทึก (กรณีผู้ให้ข้อมูลสำคัญอนุญาต)

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ประชากร ที่ (Population) ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาอาชีพในชุมชนและหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95 และยอมรับความผิดพลาดได้ไม่เกิน ร้อยละ 5 ในการศึกษาได้กำหนดตามพื้นที่ (Area Sampling) ใน 5 จังหวัด คือจังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรัง และจังหวัดระนอง ที่ติดชายฝั่งทะเลอันดามัน จากประชากรจังหวัดภูเก็ต 402,017 คน พังงา 267,491 คน กระบี่ 469,769 คน ตรัง 643,072 คน และระนอง 190,399 คน ใช้สูตรการคำนวณเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่าง 348 คน เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จึงเพิ่มจังหวัดละ 400 คน รวมเป็น 2,000 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสังเกตนักวิจัยได้ศึกษาเอกสาร (Documentary Research) งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพ การท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก บริบทชุมชนอันดามัน เพื่อมาร่างเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อเป็นการยืนยันคุณภาพของเครื่องมือที่นักวิจัยได้ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัยดังกล่าว จำนวน 3 ท่านตามหลักการ (CVI) พบว่า ผลการให้คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ ทุกข้ออยู่ในระดับ ดีเยี่ยม (Excellent) มีค่าเท่ากับ 1.0 ส่งผลให้สามารถนำข้อคำถามนั้นมาใช้ในการศึกษาวิจัยได้

2. แบบสอบถามศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นแบบสอบถามแล้วปรึกษาผู้เชี่ยวชาญตามหลักการ (IOC) ซึ่งได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพที่ผ่านเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับ สูงกว่า 0.50

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เมื่อนักวิจัยได้ออกแบบ เครื่องมือตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้แล้วนั้น นักวิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อศึกษาวิจัยที่ออกโดยมหาวิทยาลัย เพื่อลงเก็บข้อมูล โดยนักวิจัย



ติดต่อผู้นำชุมชน หรือผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่ม เพื่อศึกษาข้อมูลชุมชนพื้นฐาน ด้วยการสังเกตและขอสัมภาษณ์ในประเด็นการศึกษา จนเสร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้ นักวิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลด้วยตนเองเนื่องจากเป็นผู้วางแผนการดำเนินการวิจัย เข้าใจวิธีการและข้อมูลที่ต้องการเพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลมีความถูกต้อง โดยนักวิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลที่ลงพื้นที่ให้มีความสมบูรณ์ที่สุด ทั้งนี้ นักวิจัยได้ให้ความสำคัญกับการตีความหมาย (Meaning) ของเนื้อหา ปรากฏการณ์ ข้อมูล ที่ได้จากการจัดหมวดหมู่ หลังจากนั้นจะทำการพิจารณา หาความหมายโดยนำหลักการทางวิชาการเป็นประเด็นหลักแล้วทำการตีความหมายแบบตรงไปตรงมา จากปรากฏการณ์ข้อมูลนั้น (Linear interpretation) ถัดมาหากปรากฏการณ์ไม่ชัดเจน หรือข้อมูลคลุมเครือจะใช้หลักการตีความหมาย โดยนำหลักการทางวิชาการ จารัตประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยม ฯลฯ มาเทียบเคียงแล้วทำการตีความหมายในลักษณะทางอ้อม (Spiral interpretation) ลำดับต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนที่เป็นกระบวนการในการเตรียมตัว วิเคราะห์ข้อมูล โดย 1) ถอดเทปข้อมูลเรียงเรียงข้อมูล แสดงลักษณะข้อมูลว่ามีเนื้อหาอย่างไร 2) พิจารณาสาระ เนื้อหาของข้อมูล ว่าครอบคลุมในประเด็นใดบ้างอย่างละเอียด 3) จัดประเด็นข้อมูล 4) ตรวจสอบข้อมูลให้เป็นประโยคที่สมบูรณ์ 5) ออกแบบโครงร่าง ที่จำแนกออกตามกลุ่มประเด็นหลัก และกลุ่มประเด็นรองอย่างละเอียด เพื่อนำไปใช้ในการจัดหมวดหมู่ข้อมูล 6) แบ่งกลุ่มประเด็นหลักออกเป็นกล่อง หรือเป็นแฟ้มข้อมูล (Folder) 7) แบ่งกลุ่มประเด็นย่อยจากกลุ่มประเด็นหลัก 8) ทำการเขียนผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความหมายจากกลุ่มประเด็นที่จัดกลุ่มแล้ว ด้วยการพรรณนาในลักษณะการบรรยาย พร้อมกับนำปรากฏการณ์ที่เป็นรูปภาพ แผนภาพ คำพูด (Quotation) มานำเสนอในลักษณะข้อมูลประกอบคำบรรยาย

การวิจัยเชิงปริมาณ เริ่มต้นด้วยการสำรวจข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นแบบสอบถาม แล้วนำมาปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ตามหลักการ (IOC) ศึกษาความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักทอ้งเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามศึกษาความพึงพอใจของนักทอ้งเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการทอ้งเที่ยวชุมชนเพื่อลงเก็บข้อมูลในพื้นที่เป้าหมาย โดยการทอ้งหนังสือขอความอนุเคราะห์จากมหาวิทยาลัย จัดประชุมผู้ช่วยนักวิจัยทั้งหมดเพื่อทำความเข้าใจแบบสอบถาม และวางแผนการตอบคำถามในแต่ละประเด็นเมื่อผู้ให้ข้อมูลเกิดความสงสัย และลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามแผนที่กำหนดไว้ หลังจากเก็บแบบสอบถามเสร็จแล้วทีมนักวิจัยได้คัดเลือกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไปเหลือแบบสอบถามที่ใช้ได้จำนวน 1,987 ชุด ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้จะใช้วิธีการเก็บข้อมูลในลักษณะมีนักวิจัย และผู้ช่วยนักวิจัยเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยมีผู้ช่วยนักวิจัยเข้ามาช่วยเก็บข้อมูลร่วมกันในชุมชน (Face to Face Interview) เพราะนักวิจัยต้องการข้อมูลที่อยู่ในเหตุการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล



การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ นักวิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยนำเนื้อหาที่ซ้ำ ๆ กันตัดออก ถอดความ และจัดประเด็น แนะนำมาสรุปเป็นประเด็น จัดประชุมกลุ่มเพื่อหาข้อยืนยันท้องความรู้ สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณนั้น นักวิจัยได้วิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าความถี่ (f) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) หลังจากนักวิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้แล้ว และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

ผลการวิจัย

แนวทางการยกระดับอาชีพ เพิ่มมูลค่า สร้างความน่าเชื่อถือของอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามัน คือ พัฒนาคมน สร้างอาชีพ สร้างที่พักไว้บริการ ผ่านเครือข่ายร่วมพัฒนา จัดหาวัตถุดิบ ทำโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ ดังต่อไปนี้

1. พัฒนาคมน โดยมี 3 มาตรการ คือ มาตรการที่ 1 จัดทำประเมินบุคลากรตามมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน มาตรการที่ 2 จัดอบรม พัฒนาคมนมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน และมาตรการที่ 3 กำกับ ติดตาม ประเมินผล บุคลากรสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2. สร้างอาชีพ โดยมี 3 มาตรการ คือ มาตรการที่ 1 พัฒนาต่อยอดอาชีพส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น การอบรมพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชน มาตรการที่ 2 พัฒนาคมนทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพยิ่งขึ้นในทุก ๆ ด้าน และมาตรการที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และส่วนผสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. สร้างที่พักไว้บริการ ผ่านเครือข่ายร่วมพัฒนา โดยมี 3 มาตรการ คือ มาตรการที่ 1 ศึกษาชุมชน วิเคราะห์ ออกแบบ ทิศทางการพัฒนาชุมชน มาตรการที่ 2 เขียนโครงการเสนอขงพัฒนาที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และมาตรการที่ 3 ขับเคลื่อนการพัฒนา ประสาน ติดต่อเครือข่ายการพัฒนา เพื่อเสนอโครงการ และพัฒนาให้เห็นผลในรูปธรรม

4. จัดหาวัตถุดิบ ทำโฆษณา และประชาสัมพันธ์ โดยมี 4 มาตรการ คือ มาตรการที่ 1 สืบหาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนทั้งหมด มาตรการที่ 2 กำหนดเส้นทางการขาย หรือท่องเที่ยว มาตรการที่ 3 จัดทำสื่อโฆษณาส่งเสริมการจัดจำหน่าย และมาตรการที่ 4 สร้างเครือข่ายทางการตลาด



ตารางที่ 1 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

ลำดับ	รายการ	\bar{X}	S. D.	ระดับ
	ด้านการยกระดับอาชีพ	4.13	0.71	มาก
1	ผู้ประกอบการอาชีพวิสาหกิจที่ชัดเจนในทางเดินชีวิต และมุ่งมั่นพัฒนาให้เกิดความก้าวหน้า	4.15	0.69	มาก
2	ผู้ประกอบการอาชีพพัฒนาทักษะ เพิ่มศักยภาพของการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเรื่อย ๆ	4.04	0.83	มาก
3	ผู้ประกอบการอาชีพพัฒนาองค์กรให้มีความก้าวหน้าด้วยซึ่งมาจากพื้นฐานพนักงานที่เกิดการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา	4.02	0.86	มาก
4	ผู้ประกอบการอาชีพปรับปรุงให้ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรดีขึ้น	4.05	0.83	มาก
5	ผู้ประกอบการอาชีพเพิ่มฐานเงินเดือนของร่วมงานแต่ละคนให้สูงขึ้นตามความสามารถที่เพิ่มขึ้น	4.05	0.83	มาก
6	ผู้ประกอบการอาชีพรักษาให้พนักงานอยากทำงานอยู่กับชุมชนเพราะได้พัฒนาตัวเองตลอดเวลา	4.05	0.84	มาก
7	ผู้ประกอบการอาชีพสร้างอนาคตที่ดีให้กับพนักงานและองค์กร	4.52	0.05	มากที่สุด
	ด้านการเพิ่มมูลค่า	4.38	0.46	มากที่สุด
8	การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถโอน จ่าย ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์	4.52	0.05	มากที่สุด
9	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม	4.34	0.56	มากที่สุด
10	พัฒนาประสิทธิภาพ ให้จัดเก็บและยืดอายุของผลิตภัณฑ์ได้นานยิ่งขึ้น	4.34	0.55	มากที่สุด
11	ได้นำเอานวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้	4.34	0.56	มากที่สุด
12	สามารถเรียกดูหรือเปิดอ่านหนังสือผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้	4.35	0.55	มากที่สุด
	ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ	4.21	0.69	มากที่สุด
13	สินค้ามีคุณสมบัติชัดเจนตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.35	0.55	มากที่สุด
14	มีมาตรฐานรองรับหรือมีผู้เชี่ยวชาญรับรอง	4.34	0.56	มากที่สุด
15	มีการอ้างอิงผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4.33	0.58	มากที่สุด
16	ประสบการณ์ตรงจากลูกค้า ลูกค้าที่เคยใช้บริการหรือใช้สินค้าของคุณแล้วมีความพึงพอใจ ประทับใจในสินค้า	4.13	0.77	มาก
17	มีการรับประกันสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การคืนเงินหากไม่พอใจสินค้า ซ่อมฟรี เปลี่ยนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่ได้มาตรฐาน	4.13	0.76	มาก



ลำดับ	รายการ	\bar{X}	S. D.	ระดับ
18	ชนะการประกวดหรือได้รับรางวัลจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ	4.09	0.81	มาก
19	การรักษามาตรฐานทั้งการผลิตและการบริการลูกค้า	4.07	0.81	มาก
	รวม	4.24	0.62	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเพิ่มมูลค่ามากที่สุด (\bar{X} = 4.38) รองลงมา คือ ด้านการสร้างที่น่าเชื่อถือ (\bar{X} = 4.21) และด้านการยกระดับอาชีพ (\bar{X} = 4.13) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาอาชีพส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามันพบว่า แนวทางการยกระดับอาชีพ เพิ่มมูลค่า สร้างความน่าเชื่อถือของอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามัน คือ พัฒนาคน สร้างอาชีพ สร้างที่พักไว้บริการ ผ่านเครือข่ายร่วมพัฒนา จัดหาวัตถุดิบทำโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ ดังต่อไปนี้

1. พัฒนาคน โดยมี 3 มาตรการ คือ มาตรการที่ 1 จัดทำประเมินบุคลากรตามมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน มาตรการที่ 2 จัดอบรม พัฒนาบุคลากรสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน และมาตรการที่ 3 กำกับ ติดตาม ประเมินผล บุคลากรสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นการวิเคราะห์ในระยะยาวที่มุ่งให้อุปทานรวม (Aggregate Supply) สูงขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้ผลผลิตของ ระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น มีการใช้ทรัพยากรหรือการจ้างงานภายในประเทศเพิ่มขึ้น ทุกประเทศในโลกต้องการยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้สูงขึ้น ประเทศที่พัฒนาแล้วต้องการรักษามาตรฐานการครองชีพที่ดีและความมั่งคั่งของประเทศไว้ ประเทศกำลังพัฒนาต้องการยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชนและเพิ่มความมั่งคั่งของประเทศให้เทียบเท่าประเทศที่พัฒนาแล้ว จุดประสงค์ของการพัฒนาเศรษฐกิจ สามารถสรุปถึงจุดมุ่งหมายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ต้องกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เมื่อการพัฒนาเศรษฐกิจเจริญเติบโตเต็มที่แต่ผลของการพัฒนาไม่กระจายสู่คนหมู่มากถือว่าเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่สมบูรณ์ ต้องมีการกระจายรายได้ กระจายความมั่งคั่งสู่ประชาชนภายในประเทศให้เท่าเทียมกันเพื่อให้ช่องว่างของรายได้ได้น้อยลง (ภัทรชมน รัตนากร, 2562) สอดคล้องกับ สุรชาติ ถึกสถิต กล่าวว่าการพัฒนาอาชีพของบุคลากร มีความสำคัญ คือ ช่วยให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาตนเอง และลดความลำสมัย การทำงานในตำแหน่งหนึ่ง ๆ อันจะทำให้บุคลากรกล้าหลังต่อความ



เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (สุรชาติ ถีกสถิต, 2562) ดังนั้น การพัฒนาอาชีพจะช่วยให้บุคลากรมีการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพราะบุคลากรเหล่านั้นจำเป็นต้องเพิ่มพูนความรู้และความสามารถต่าง ๆ ที่จำเป็นก่อนที่จะสามารถก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งอื่น ๆ การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ถึงแม้ว่าในอันต้ามั่นจะมีบริบทชุมชนที่

2. สร้างอาชีพ โดยมี 3 มาตรการ คือ มาตรการที่ 1 พัฒนาต่อยอดอาชีพส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น การอบรมพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชน มาตรการที่ 2 พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพยิ่งขึ้นในทุก ๆ ด้าน และมาตรการที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และส่วนผสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน สังเกตได้ว่า ชุมชนสามารถผลิตได้จำนวนมาก แต่ขายไม่ออก ขาดทุน หาดตลาดไม่ได้ เพราะเริ่มต้นจากวิธีทำ จากสูตรสำเร็จ จากการเลียนแบบ การทำวิสาหกิจชุมชนนั้น จึงควรเริ่มต้นจัดทำเพื่อให้พอกินพอใช้ก่อนแล้วค่อยพัฒนาไปสู่การจัดการเชิงธุรกิจ เมื่อพอเพียงและพึ่งตนเองได้ ก็สามารถผลิตให้เหลือเพื่อตลาดได้ และการคิดจะนำผลผลิตออกสู่ตลาดนั้นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มาจากความรู้จักใช้ประโยชน์จาก ความหลากหลายทางชีวภาพหรือทรัพยากรในท้องถิ่นบวกกับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสม (อานันท์ ตะนัยศรี, 2562) ส่วน **กมล รัตนวิระกุล** ได้ศึกษาวิจัยพบว่า สถานภาพของผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า การจัดการ นำเที่ยว นั่งช้าง เดินป่า ล่องแพ และเข้าไปในพื้นที่ป่าธรรมชาติ ไม่มีการให้ความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชุมชนได้ อีกทั้งยังไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย (กมล รัตนวิระกุล, 2562) จากผลการศึกษาจึงพบว่า จำเป็นต้องมีปัจจัยกำหนดความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น จำเป็นต้องมีบางประการ คือ ต้องสร้างงานและกระจายรายได้ให้ท้องถิ่น อย่างเป็นธรรม

3. สร้างที่พักไว้บริการ ผ่านเครือข่ายร่วมพัฒนา โดยมี 3 มาตรการ คือ มาตรการที่ 1 ศึกษาชุมชน วิเคราะห์ ออกแบบ ทิศทางการพัฒนาชุมชน มาตรการที่ 2 เขียนโครงการเสนอขออนุมัติพัฒนาที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และมาตรการที่ 3 ขับเคลื่อนการพัฒนา ประสาน ติดต่อเครือข่ายการพัฒนา เพื่อเสนอโครงการ และพัฒนาให้เห็นผลในรูปธรรม ทั้งนี้เพราะการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องการความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนได้อำนาจ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเอง ชุมชนจึงควรมีบทบาทสำคัญในการจัดการ เพราะชุมชนรู้จักทรัพยากรในพื้นที่และเข้าใจสิ่งที่เขาต้องการพัฒนาหรืออนุรักษ์ไว้มากที่สุด (สุดถนอม ตันเจริญ, 2560) ทั้งนี้หากชุมชนสามารถดูแลให้บริการนักท่องเที่ยวได้จะเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนได้อีกวิธีหนึ่ง

4. จัดหาทุนวัฒนธรรม ทำโฆษณา และประชาสัมพันธ์ โดยมี 4 มาตรการ คือ มาตรการที่ 1 สำรวจสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนทั้งหมด มาตรการที่ 2 กำหนดเส้นทางการขาย หรือ



ท่องเที่ยว มาตรการที่ 3 จัดทำสื่อโฆษณาส่งเสริมการจัดจำหน่าย และมาตรการที่ 4 สร้างเครือข่ายทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ทองพูน และคณะ พบว่า การนำแนวทางด้านการขยายตลาดโดยการเจาะตลาดเดิมเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคมากขึ้น และการพัฒนาตลาดเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายและขยายฐานการตลาดให้ผู้บริโภครับรู้ในวงที่กว้างขึ้นด้วยการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การสรรหาตัวแทนขาย การเพิ่มความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ การปรับปรุงกลยุทธ์การขาย การประชาสัมพันธ์ การปรับราคาให้เหมาะสม การจัดแสดงสินค้าการตลาดลงซิม และการพัฒนาช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งแนวทางนี้จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเติบโตสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อชุมชนและประเทศชาติ (สิริลักษณ์ ทองพูน และคณะ, 2561) และ EU Jannah, C Muryani and M G Rindarjono ได้ศึกษาวิจัยพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนยังอยู่ในระดับต่ำและปัจจัยยับยั้งการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การรับรู้ของประชาชนต่ำเกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสในการท่องเที่ยววัตถุประสงค์การท่องเที่ยวมีศูนย์กลางอยู่ที่เดียว ชุมชนจึงควรมีนวัตกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (EU Jannah, C. M. & Rindarjono, M. G., 2017) ไม่ต่างจาก Eylla Laire M. Gutierrez ศึกษาวิจัยพบว่า การพัฒนาความคิดริเริ่มและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงชุมชนฟิลิปปินส์และประเทศกำลังพัฒนาอื่น (Eylla L. M. G., 2019)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด (\bar{X} = 4.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเพิ่มมูลค่ามากที่สุด (\bar{X} = 4.38) รองลงมา คือ ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ (\bar{X} = 4.21) และด้านการยกระดับอาชีพ (\bar{X} = 4.13) ตามลำดับ ดังที่ พรรณิภา ซาวคำ และคณะ ได้ศึกษาวิจัยพบว่า ในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ค่อยแข็งแรง รวมทั้งการใช้สอยและการส่งเสริมการตลาดและบรรยากาศของแหล่งจากหน่วยผลิตภัณฑ์ สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวในระดับมาก (พรรณิภา ซาวคำ และคณะ, 2561)

องค์ความรู้ใหม่

เกิดการพัฒนาศถานที่ท่องเที่ยว ต่อยอดองค์ความรู้ แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งสามารถสรุปเป็นภาพได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการยกระดับอาชีพ เพิ่มมูลค่า สร้างความน่าเชื่อถือของอาชีพที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในอันดามัน

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาอาชีพส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ ประเมินสภาพพื้นที่ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน บริบทพื้นที่ของชุมชน สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรที่มีความโดดเด่นของแต่ละชุมชน เพื่อนำมาเป็นช่องทางในการสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม บทความนี้สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนจะเป็นตัวขับเคลื่อนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายใต้การสร้างงานและสร้างอาชีพ ให้กับคนในชุมชนซึ่งเป็นฐานรากของการพัฒนาทั้งสิ้น ให้ชุมชนได้นำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างรายได้หลักให้กับชุมชนต่อไป ฉะนั้นการที่ชุมชนจะพัฒนาการท่องเที่ยวได้นั้น นอกจากจะพัฒนาคน ผสมผสานกับการสร้างอาชีพแล้ว การสร้างที่พักไว้สำหรับ รองรับนักท่องเที่ยวก็จะเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ในบางครั้งที่พักไม่ใช่หัวใจหลักในการรองรับนักท่องเที่ยว แต่เป็นองค์ประกอบ เป็นเรื่องราว เป็นภาพผ่านมุมมองที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว หรือมาถ่ายภาพต่าง ๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้นักวิจัยได้เห็นสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมากในชุมชน ที่ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ เช่น บ่อน้ำจืดติดทะเล ที่จังหวัดพังงา ที่ชาวเล หรือคนงานในเมืองแร่ได้ใช้ดื่มกิน และที่อื่นอีกหลายพื้นที่ ซึ่งเป็นสถานที่ที่พบใหม่ ที่มีสิ่งแวดล้อม



และทรัพยากรที่สวยงาม ที่คนในชุมชนได้เห็นเป็นเรื่องปกติธรรมดา เพราะได้เห็นอยู่ทุกวัน บนความสวยงามท่ามกลางธรรมชาติ แต่หากมีการส่งเสริมโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยว ก็จะเป็นจุดเด่น และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดใหม่อีกหลายจุด เช่น บ่อน้ำร้อนที่มีทั้งน้ำจืดและน้ำเค็ม น้ำตก แม่น้ำลำธาร ภูเขา ทะเลแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่เป็นทรัพยากร ในอันดามันทั้งสิ้น หากนำทรัพยากรเหล่านี้มาเป็นตัวขับเคลื่อนในการสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน ก็จะเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน ลดอัตราการย้ายถิ่นของคนในชุมชนที่จะไปหางานทำในเมืองหลวงได้ นอกเหนือจากนี้ภูมิปัญญาท้องถิ่นต่าง ๆ จากการค้นพบบ่อน้ำร้อนที่เป็นทรัพยากรที่สามารถค้นหาเพิ่มเติมได้แถบฝั่งอันดามัน เพราะบางพื้นที่มีน้ำร้อน ไม่สามารถปลูกพืชได้ หากมีการสำรวจที่แท้จริงก็จะได้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทบ่อน้ำร้อนเพิ่มขึ้นได้อีกหลายพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดพังงา ที่เคยมีบ่อน้ำร้อนและหลังจากเกิดซินามิ บ่อน้ำร้อนก็ได้ย้ายไปอยู่อีกจุดหนึ่ง ซึ่งเป็นข้อมูลที่น่าสนใจ จังหวัดกระบี่ที่มีบ่อน้ำเค็มร้อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สามารถรักษาโรคต่าง ๆ ได้เช่นกันงานวิจัยฉบับนี้ได้พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนที่น่าสนใจ เช่นแพควนต่อ ที่มีความโดดเด่น ดิฉันค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดกระบี่ 1 ใน 10 อันดับ ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยฉบับนี้ เกิดจากการพัฒนาอาชีพ ของกลุ่มประมงที่ทำกระชังเลี้ยงปลา และมีการเพิ่มเติมเป็นที่พัก และสถานที่บริการอาหารทะเลสด จากกระชัง มีนักท่องเที่ยวสนใจไปเที่ยวจำนวนมาก และเป็นจุดท่องเที่ยวที่สำคัญ เด็กวัยรุ่นได้มีพื้นที่ท่องเที่ยวในชุมชน แก้ไขปัญหาเสพติด และอาชญากรรมได้ เพราะได้มีจุดท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในชุมชนที่สามารถเข้าถึงได้ในราคาไม่แพง

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา 1) ควรทำโครงการที่เสริมรายได้ให้กับชุมชนที่แท้จริงเห็นเป็นรูปธรรมสามารถจ้างงานในชุมชนได้จริง 2) ควรมีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอในโครงการแต่ละโครงการเพื่อยกระดับให้เห็นชัดเจน 3) ควรส่งเสริมบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป 1) ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่องการอนุรักษ์ส่งเสริมภูมิปัญญาจากคนรุ่นเก่า เพื่อเป็นองค์ความรู้ไว้ให้ลูกหลาน และนำมาเป็นทรัพยากรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป 2) ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการ ส่งเสริมกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ การพัฒนาอาชีพสำหรับผู้สูงอายุ และการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

เอกสารอ้างอิง

- กมล รัตนวิระกุล. (2562). การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 1 มกราคม 2563 จาก <http://www.thma.or.th /index.php?lay=show&ac=article&id=538822343>
- ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล. (2553). การออกแบบการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6), กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



- พรณิภา ชาวคำ และคณะ. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(1), 165-182.
- ภัทรชมน รัตนางกูร. (2562). การพัฒนาเศรษฐกิจ. เรียกใช้เมื่อ 8 มกราคม 2562 จาก http://phatrasamon.blogspot.com/2009/11/blog-post_26.html
- วันปิติ ศรีธรรม. (2561). บทบาทขององค์กรท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน ของตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 12(1), 151-167.
- สิริลักษณ์ ทองพูน และคณะ. (2561). แนวทางการขยายตลาด “เครื่องดื่ม ธัญพืชทิพย์ตะวัน” ของวิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมือบ้านควนปอม จังหวัดพัทลุง. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน, 11(3), 56-64.
- สุนทร สิ้นธพานนท์. (2560). ครูยุคใหม่กับการจัดการเรียนรู้สู่การศึกษา 4.0. กรุงเทพมหานคร: 9911 เทคนิค พรินต์ติ้ง.
- สุดถนอม ตันเจริญ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม. เรียกใช้เมื่อ 19 พฤษภาคม 2562 จาก <https://tcithaijo.org/index.php/jitt/article/view/113052>
- สุรชาติ ถีกสถิต. (2562). การพัฒนาอาชีพ. เรียกใช้เมื่อ 7 มกราคม 2562 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/>
- อานันท์ ตะนัยศรี. (2562). ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562 จาก <http://ophbgo.blogspot.com/>
- EU Jannah, C. M. & Rindarjono, M. G. (2017). IOP Conference Series : Earth and Environmental Science. Retrieved January 7, 2019, from <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/145/1/012017>
- Eylla L. M. G. (2019). Participation in tourism : Cases on Community-Based Tourism (CBT) in the Philippines. Journal of Asia Pacific Studies , 37(1), 23-36.