

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป้อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี**Community-Based Tourism Development Strategies for Oh Poi Market,****Suan Phueng District, Ratchaburi Province****ศรัญญา สวัสดิ์สาย****Sarunya Sawatsai**

ท้องถิ่นอำเภอสวนผึ้ง สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี

Suan Phueng District Local Administrative Office, Ratchaburi Provincial Office for Local
Administration

E-mail: sarunya.saw@rmutr.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อสำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป้อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี (2) เพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป้อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี และ (3) เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป้อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ดำเนินการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม มีจำนวน 13 คน โดยวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผลการวิจัยประกอบด้วย (1) สถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป้อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่า ตลาดโอ๊ะป้อยเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จผ่านการวางแผนแบบมีส่วนร่วมโดยใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกะเหรี่ยงเป็นจุดขาย การบริหารจัดการโดยชุมชน 100% ด้วยระบบ PDCA การทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย พร้อมการกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้มีการสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง (2) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ การวางแผนแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาทักษะ การบริหารจัดการโดยชุมชน การกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมด้วยแนวคิด Zero Waste และการอนุรักษ์วัฒนธรรมกะเหรี่ยง และการสร้างรายได้เสริมที่กระจายสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรมผ่านกระบวนการแบ่งปันรายได้ที่โปร่งใสและเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนในระยะยาว (3) กลยุทธ์การพัฒนา ประกอบด้วย การใช้หลักการ “5 ร่วม” (ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมเรียนรู้) ผ่านการประชุมและการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง และการใช้วงจร PDCA อย่างต่อเนื่องในการพัฒนาความยั่งยืน 3 มิติ (เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) เพื่อเป็นต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงและการอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: กลยุทธ์การพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชน ตลาดโอ๊ะป้อย การพัฒนาอย่างยั่งยืน**Abstract**

This research aims to: (1) explore the current situation of community-based tourism at Oh Poi Market, Suan Phueng District, Ratchaburi Province; (2) identify factors affecting the success of community-based tourism at Oh Poi Market, Suan Phueng District, Ratchaburi Province; and (3) propose development strategies for community-based tourism at Oh Poi Market, Suan Phueng District, Ratchaburi Province. The research was conducted by collecting data from key informants divided into 3 groups totaling 13 people, using semi-structured interviews as the data collection method. The research findings consist of:

(1) The current situation of community-based tourism at Oh Poi Market, Suan Phueng District, Ratchaburi Province, revealed that Oh Poy Market serves as a successful community-based tourism model through participatory planning, utilizing Karen cultural identity as a selling point, 100% community management through the PDCA system, collaboration with network partners, and environmental goal setting, resulting in continuous income generation for the community. (2) Success factors include participatory planning, skill development, community management, environmental and social goal setting through Zero Waste concepts and Karen cultural conservation, and supplementary income generation that is fairly distributed to the community through transparent revenue-sharing processes that strengthen the community in the long term. (3) Development strategies comprise the application of the “5 Participations” principle (participate in thinking, planning, implementation, responsibility, and learning) through continuous meetings and skill development, and the continuous use of the PDCA cycle in developing 3-dimensional sustainability (economic, social, and environmental) to serve as a model for sufficiency economy and sustainable cultural conservation.

Keywords: Development Strategies, Community-based Tourism, Oh Poi Market, Sustainable Development

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism : CBT) ได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ ควบคุม และได้รับผลประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างรายได้ให้กับชุมชน (UNDP Thailand, 2022) ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ พร้อมทั้งเน้นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังคงมีปัญหาและข้อจำกัดหลายประการ เช่น การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะในการจัดการท่องเที่ยว การขาดการประชาสัมพันธ์และการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และการขาดการเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในหลายมิติ จากมิติเศรษฐกิจ การวิจัยของธนาคารโลกพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนในชนบทเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20 - 30 และช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ระหว่างเมืองและชนบท โดยชุมชนที่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงกว่าชุมชนที่ไม่มีการท่องเที่ยวถึงร้อยละ 35 และมีอัตราการออกแรงงานไปทำงานนอกพื้นที่ลดลงร้อยละ 25 (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2562) จากมิติสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญา และประเพณีที่มีคุณค่า พบว่าพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่าพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะในด้านการจัดการขยะ การอนุรักษ์น้ำ และการรักษาความหลากหลาย

ทางชีวภาพ ในบริบทของภาคตะวันตกของประเทศไทย จังหวัดราชบุรีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย วัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ และการเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน อำเภอสวนผึ้งโดยเฉพาะได้รับการยอมรับว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (อ่อนแสง และ ศิริพานิช, 2558) โดยมีตลาดโอ๊ะป่อย เป็นกรณีศึกษาที่โดดเด่นอย่างยิ่ง ในระดับนโยบาย ตลาดโอ๊ะป่อยได้รับการเชิดชูเกียรติให้เป็นต้นแบบที่ได้รับ "รางวัลเลิศรัฐ ประจำปี 2567" ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นเลิศในการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม และการถอดบทเรียนจากพื้นที่นี้จะไม่ได้เป็นเพียงการศึกษาตลาดแห่งหนึ่งเท่านั้น แต่จะเป็นการสร้างองค์ความรู้ระดับจังหวัดและระดับภาค เพื่อนำไปประยุกต์ใช้เป็นมาตรฐานให้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นทั่วประเทศต่อไป

ตลาดโอ๊ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นตลาดขายอยู่ติดลำน้ำภาษี ตลาดแห่งนี้ตั้งอยู่ตรงข้ามวัดป่าท่ามะขาม หมู่ที่ 2 ตำบลตะนาวศรี โดยชุมชนไทยเชื้อสายกะเหรี่ยงที่อพยพเข้ามาพร้อมกับชาวมอญในอดีต “โอ๊ะป่อย” มาจากภาษากะเหรี่ยง แปลว่า “พักผ่อน” โดยมีไฮไลต์คือการใส่บาตรพระสงฆ์ที่ล่องแพไม้ไผ่มาตามลำน้ำภาษี เป็นภาพประเพณีวัฒนธรรมที่สวยงาม และเป็นสิริมงคลแก่ผู้มาเยือน ตลาดแห่งนี้สร้างขึ้นด้วยแนวคิด “3 ธรรม” ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันตลาดโอ๊ะป่อยเริ่มเผชิญกับอุปสรรคและความท้าทายสำคัญหลายประการ โดยเฉพาะความเสี่ยงในการรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชาวกะเหรี่ยงท่ามกลางจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัญหาความสมดุลของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ และความท้าทายด้านความยั่งยืนทางการเงินในระยะยาว หากไม่มีกลยุทธ์การจัดการที่ชัดเจน อาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนได้

จากปัจจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญในการศึกษาเพื่อ “ระบุและวิเคราะห์กลยุทธ์ใหม่ๆ” ที่ตลาดโอ๊ะป่อยใช้ในการแก้ปัญหาและสร้างความสำเร็จ เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์ปัจจุบัน ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเป็น โอ๊ะป่อยโมเดล สำหรับชุมชนอื่น ๆ ต่อไป ตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่ส่งเสริมให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า รวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาสนับสนุนการดำเนินการวิจัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้หลากหลาย ดังนี้

นักวิชาการต่างประเทศและไทยให้มุมมองที่หลากหลาย Murphy (1985) รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนท้องถิ่นมีการควบคุมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นผู้กำหนดขอบเขตและลักษณะของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน Goodwin and Santilli (2012) เสนอแนวคิด การท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าของ ดำเนินการ และจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนในวงกว้าง Giampiccoli และ Kalis (2012) ได้ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) สามารถส่งเสริมการพัฒนาที่เกิดขึ้นใหม่ในเศรษฐกิจ และได้ถูกนำมาใช้โดยโครงการความร่วมมือระหว่างประเทศเป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการลดความยากจน จุดมุ่งหมายสำคัญของ CBT เป็นการดำเนินการตามกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงความต้องการที่จะลดความยากจนที่มีการแบ่งในการพึ่งพาโครงสร้างขึ้นอยู่กับความควบคุมของภาครัฐเอกชน

สำหรับนักวิชาการไทย เช่น (สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2557) ได้กำหนดนิยามของ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” หมายถึง การท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐาน ก่อให้เกิดการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดีผ่านการทำงานแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่น (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560) ได้ให้ความสำคัญกับความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในขณะที่เข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน รวมถึงสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน (พิฑูรย์ ทองฉิม, 2558) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของชุมชน สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการจัดการทรัพยากร กำหนดทิศทางการดำเนินกิจกรรม และโครงการต่าง ๆ อย่างครอบคลุมทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้กระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผนการบริหารจัดการการกระจายอำนาจการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญของการจัดการที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน

แนวคิดและทฤษฎี

จากแนวคิดของ Dodds, Ali, and Galaski, (2016) เสนอแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน (CBT) เป็นทางเลือกสำหรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดย CBT คือการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารจัดการเอง มีเป้าหมายสร้างประโยชน์ให้ชุมชนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยระบุว่าความสำเร็จของ CBT ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 6 ด้าน ได้แก่

1. การวางแผนแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาศักยภาพ

การศึกษาและฝึกอบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานสำคัญ ต้องมีการทำแผนที่ทรัพยากรท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม การระบุทรัพยากร และการมองภาพอนาคตร่วมกัน การสร้างทักษะด้านการบริการ ภาษา การสื่อสาร สุขอนามัย และความปลอดภัยให้กับคนในชุมชนเป็นสิ่งจำเป็น กระบวนการนี้ต้องใช้เวลาหลายปีและต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง

2. ความร่วมมือและการเป็นหุ้นส่วนเพื่อเชื่อมโยงสู่ตลาด

ความร่วมมือช่วยลดความเสี่ยงของการล้มเหลวและหาไม่พบ CBT ที่ริเริ่มและควบคุมโดยชุมชนเพียงอย่างเดียวได้สำเร็จ การได้คำแนะนำและการเชื่อมโยงจากภายนอกเป็นสิ่งจำเป็นเพราะชุมชนชนบท

มักขาดทักษะและความรู้ในการเข้าร่วมธุรกิจท่องเที่ยว การสร้างพันธมิตรกับบริษัททัวร์ โรงแรม และเครือข่าย การตลาดจะช่วยให้เข้าถึงตลาดและสร้างความเป็นไปได้ทางการเงิน

3. การบริหารจัดการโดยคนในชุมชน/การเสริมพลังให้คนในชุมชน

การจัดการโดยท้องถิ่นต้องสอดคล้องกับขีดความสามารถจริงของผู้เข้าร่วม ควรจัดตั้งคณะกรรมการหรือองค์กรจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและจัดการองค์การช่วยเสริมอำนาจสมาชิกชุมชนและสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การจัดการแบบกลุ่มอาจไม่มีประสิทธิภาพและลดแรงจูงใจในการทำงาน

4. การกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของชุมชน

การรวมเป้าหมายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชนเข้าใน CBT ช่วยเพิ่มความมั่นใจในความมุ่งมั่นต่อความยั่งยืน กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมรวมถึงโครงการอนุรักษ์ การจัดการของเสีย น้ำ และพลังงาน การทำสวน และเกษตรอินทรีย์ การปลูกป่าฟื้นฟู กิจกรรมด้านสังคมและเศรษฐกิจรวมถึงการช่วยสร้างโรงเรียน จัดหาน้ำให้ชุมชน เพิ่มผู้ประกอบการรายย่อย และฝึกอบรมคนท้องถิ่นเป็นมัคคุเทศก์

5. ความช่วยเหลือจากผู้สนับสนุน

ความห่างไกลของชุมชนเป็นจุดด้อยในด้านความงามของธรรมชาติ แต่ขาดการเข้าถึงอำนาจ ความรู้ และทรัพยากร ผู้สนับสนุน CBT รวมถึงรัฐบาล องค์กรที่ไม่แสวงกำไร และภาคเอกชนมีความสำคัญในการพัฒนา CBT ที่ประสบความสำเร็จ การสนับสนุนอาจเป็นการตลาด การฝึกอบรม หรือการให้ทุน ดังนั้นโครงสร้างสถาบัน โปรแกรมเงินทุน และความร่วมมือกับภาคเอกชนจึงเป็นตัวอำนวยความสะดวกสำคัญ

6. การมุ่งเน้นสร้างรายได้เสริมเพื่อความยั่งยืนของชุมชนในระยะยาว

ความมั่นคงทางการเงินเป็นประเด็นสำคัญ เพราะหากไม่มี ความสำเร็จในระยะยาวจะไม่อาจเกิดขึ้นได้ กิจกรรมท่องเที่ยวควรเป็นส่วนเสริมของกิจกรรมสร้างรายได้อื่นๆ เช่น เกษตรกรรมกาแฟที่เพิ่มการท่องเที่ยวกาแฟเป็นรายได้เสริม ชุมชนไม่ควรพึ่งพารายได้จากท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เพราะอาจเสี่ยงต่อความผันผวนตามฤดูกาล ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค ภัยธรรมชาติ และปัจจัยอื่นที่ลดจำนวนนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม พวกเขาชี้ให้เห็นว่า CBT ในความเป็นจริงมักเผชิญกับอุปสรรคสำคัญ 5 ด้าน คือ ปัญหาการเงิน การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขีดความสามารถ และธรรมาภิบาล โดยเฉพาะความเป็นไปได้ทางการเงินถือเป็นปัจจัยกำหนดความสำเร็จที่สำคัญที่สุด ผู้วิจัยสรุปว่าหาก CBT ไม่สามารถสร้างความยั่งยืนทางการเงินได้ ก็ไม่อาจถือว่าประสบความสำเร็จได้ แม้จะมีผลดีด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) อย่างเป็นทางการ และการพูดคุยในบรรยากาศที่เป็นกันเองเพื่อซักถามข้อมูลและความคิดเห็นควบคู่ไปกับการสังเกตการณ์ (Observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ตรงกับปัญหาที่ศึกษา และมีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ศึกษา (ชาย โพธิ์สิตา, 2564; อัจศรา ประเสริฐสิน, 2564) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครอบคลุมทุกมิติ โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น 4 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 13 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบล ตะนาวศรี และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสวนผึ้ง ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนนโยบาย การท่องเที่ยวในระดับพื้นที่

2. กลุ่มภาคเอกชน จำนวน 2 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการที่พักหรือธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสวนผึ้ง ที่มีการดำเนินธุรกิจเชื่อมโยงและสนับสนุนกิจกรรมของตลาดโอ๊ะป่อยอย่างต่อเนื่อง

3. กลุ่มชุมชนและผู้บริหารตลาด จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการบริหารจัดการตลาด โอ๊ะป่อย และตัวแทนปราชญ์ชาวบ้านที่มีประสบการณ์ในการดูแลและขับเคลื่อนตลาดมาอย่างน้อย 5 ปี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกด้านการจัดการและอัตลักษณ์วัฒนธรรม

4. กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 3 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเยือนตลาดโอ๊ะป่อยมากกว่า 1 ครั้ง เพื่อให้สามารถสะท้อนมุมมองการเปลี่ยนแปลง พัฒนาการ และความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การให้บริการใน แต่ละช่วงเวลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) เพื่อจำแนกและจัดกลุ่มเนื้อหาให้สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำมาสังเคราะห์เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป่อย ผลการศึกษาพบว่า ตลาด โอ๊ะป่อยมีสถานการณ์การดำเนินงานที่โดดเด่นใน 6 ด้าน คือ

1. การวางแผนและพัฒนาศักยภาพ มีระบบการทำงานที่ชัดเจนผ่านวงจร PDCA และการประชุมประจำ สัปดาห์ โดยใช้อัตลักษณ์กะเหรี่ยงเป็นจุดขายหลัก

2. ความร่วมมือในชุมชน ชุมชนมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันผ่านสถาบันวัด โรงเรียน และ อบต. โดย เปลี่ยนความขัดแย้งในช่วงต้นเป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยั่งยืน

3. การบริหารจัดการ ชุมชนบริหารจัดการเอง 100% มีคณะกรรมการจากคนในพื้นที่ ตัดสินใจและ ดำเนินการเองโดยมีหน่วยงานภายนอกเป็นพี่เลี้ยง

4. เป้าหมายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นแนวคิด Zero Waste, Low Carbon และ BCG Economy ควบคู่ไปกับการสืบสานศรัทธาผ่านกิจกรรมตักบาตรพระล่องแพ

5. การสนับสนุนจากภาคี ได้รับการยอมรับในระดับประเทศผ่าน "รางวัลเลิศรัฐ ประจำปี 2567" และการ สนับสนุนจากภาคการศึกษาและเอกชน

6. การสร้างรายได้ รายได้กระจายสู่ชุมชนมานานกว่า 6-7 ปี เกิดการจ้างงานคนในพื้นที่เกือบ 100 คน และเกิดธุรกิจใหม่ เช่น โฮมสเตย์และคาเฟ่

วัตถุประสงค์ที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ตลาด โอ๊ะป่อยประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านบริหาร การมีส่วนร่วมเห็นเป้าหมายชัดเจน และความสามารถในการพึ่งพาตนเองโดยไม่ต้อง ออกไปทำงานนอกพื้นที่

2. ปัจจัยด้านเครือข่าย การเป็นหุ้นส่วนกับหน่วยงานระดับจังหวัดและกระทรวง รวมถึงการใช้สื่อโซเชียล มีเดียที่มีประสิทธิภาพ

3. ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ มาตรฐานความสะอาด (Zero Waste) ที่สร้างความประทับใจระดับไม่เคยเห็น ตลาดที่ไหนสะอาดเท่านี้ และความภูมิใจในชุดกะเหรี่ยง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยได้สังเคราะห์กลยุทธ์สำคัญ ได้แก่

1. กลยุทธ์ 5 ร่วม คือ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมเรียนรู้
2. กลยุทธ์ Win-Win Situation: ทำงานกับภาคีโดยตอบโจทย์ KPI ของทั้งสองฝ่าย
3. กลยุทธ์การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม: การจัดสรรรายได้คืนสู่ชุมชน (ชุมชน 20%, โรงเรียน 10%, วัด 10%, กองทุนท่องเที่ยว 10%, พัฒนาตลาด 50%)

การอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การพัฒนาของตลาดโอ๊ะป่อยมีความน่าสนใจและสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การบริหารจัดการและเป้าหมายความยั่งยืน ผลการศึกษาที่พบว่าตลาดโอ๊ะป่อยใช้แนวคิด "3 ธรรม" และ Zero Waste สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพัชร (2560) ที่ระบุว่าความสำเร็จของชุมชนท่องเที่ยวต้องเกิดจากการสร้างสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรและการรักษาคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งตลาดโอ๊ะป่อยได้ยกระดับไปสู่มาตรฐาน BCG Economy และ Low Carbon ทำให้เห็นภาพความยั่งยืนที่เป็นรูปธรรมมากกว่าเพียงการอนุรักษ์แบบเดิม

2. การเสริมพลังและการมีส่วนร่วม (Empowerment) การที่ชุมชนบริหารจัดการเอง 100% สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ที่ยั่งยืน ซึ่ง พิฑูรย์ (2558) เคยเสนอไว้ว่าการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้ชุมชนเป็นเจ้าของกระบวนการ จะช่วยสร้างสำนึกความรับผิดชอบ (Accountability) โดยตลาดโอ๊ะป่อยพิสูจน์ให้เห็นว่า เมื่อคนในชุมชนมีอิสระในการทำงานจะเกิดความสุขและความสามัคคี ลดการย้ายถิ่นฐานไปทำงานนอกพื้นที่

3. การเป็นหุ้นส่วนและรางวัลเลิศรัฐ การได้รับรางวัลเลิศรัฐประจำปี 2567 และการทำงานร่วมกับภาคี 7 ภาคส่วน เป็นการยืนยันว่ากลยุทธ์การสร้างหุ้นส่วน (Partnership) ตามแนวคิดของ Dodds et al. (2016) เป็นปัจจัยเร่งความสำเร็จที่สำคัญ การนำ KPI ของหน่วยงานสนับสนุนมาเชื่อมโยงกับความต้องการของชุมชน (Win-Win Situation) ทำให้เกิดการสนับสนุนที่ต่อเนื่องและมั่นคง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เชื่อมโยงกับข้อค้นพบในการวิจัยข้างต้น โดยข้อเสนอแนะในภาพรวมประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานรัฐควรกำหนดนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบบูรณาการผ่านกลไก “ภาคีเครือข่าย 7 ภาคส่วน” โดยใช้ตลาดโอ๊ะป่อยเป็นต้นแบบในการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรอย่างเป็นระบบ สร้างกรอบการประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่ยืดหลัก 3 มิติ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) และระบบ PDCA เป็นมาตรฐานสากล จัดตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนระดับภูมิภาค เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และกลยุทธ์ต่างๆ ให้แก่ชุมชนอื่น พัฒนากฎหมายและข้อบังคับที่สนับสนุนแนวคิด Zero Waste และ Low Carbon ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงสร้างกลไกการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้การสนับสนุนมีประสิทธิภาพและไม่ซ้ำซ้อน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ชุมชนที่สนใจพัฒนาการท่องเที่ยวควรเริ่มต้นด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการประชุมประจำ และการใช้หลักการ “5 ร่วม” เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของร่วมกัน จัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการที่มาจาก

คนในชุมชนและแบ่งหน้าที่ชัดเจน พร้อมทั้งพัฒนาทักษะที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง นำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาใช้เป็นจุดขายหลักและกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ชัดเจน เช่น Zero Waste หรือ Low Carbon สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกโดยเข้าใจ KPI และสร้าง Win-Win Situation พัฒนากลไกการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืน โดยใช้วงจร PDCA ในการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น ชุมชนชาติพันธุ์อื่น ๆ ชุมชนเกาะ หรือชุมชนเมือง เพื่อหากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับแต่ละบริบท ทำการศึกษาระยะยาวเพื่อติดตามความยั่งยืนของการพัฒนาและผลกระทบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น วิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อครอบครัวและรายบุคคลในระยะยาว รวมถึงพัฒนาแบบจำลองหรือเครื่องมือประเมินความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนอื่น ๆ

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ชาย โปธิสิตา. (2564). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 13(2), 25-46.
- ปาณิตา อ่อนแสง และ ศศิยา ศิริพานิช. (2558). การสำรวจกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก และการจัดการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3 แห่ง ในจังหวัดราชบุรี. ใน *การประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 14: พืชสวนไทย ไร้พรมแดน*. คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- พิฑูรย์ ทองฉิม. (2558). *ศึกษาการจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา จังหวัด กระบี่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไมได้ตีพิมพ์]. บัณฑิต วิทยาลัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2562). *ผลกระทบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2557). *คู่มือ เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- อัสตรา ประเสริฐสิน. (2564). *เครื่องมือการวิจัยทางการศึกษาและสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2016). Mobilising Knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing Community Based Tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568.

- Giampiccoli, A., & Kalis, J. H. (2012). Tourism, Food, and Culture: Community-based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondoland. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, 34(2), 101–123.
- Goodwin, H. and Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: A Success? ICRT Occasional Paper*, 11, 1-37.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York and London: Methuen.
- UNDP Thailand (2022). *Community-Based Tourism Social Innovation Playbook*. United Nations Development Programme.