



รายงานการวิจัย
เรื่อง

แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนา
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Guidelines for creating a social network based on the Thailand
tourism industry to develop sustainably

ผศ.ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว
ผศ.ดร.อุทัย สติมัน
นายพนม สุวรรณประเทศ
นายธิตินันท์ จินทรานันท์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต



รายงานการวิจัย
เรื่อง

แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนา
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Guidelines for creating a social network based on the Thailand
tourism industry to develop sustainably

ผศ.ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว
(คณะวิทยาการจัดการ)
ผศ.ดร.อุทัย สติมัน
(คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
นายพนม สุวรรณประเทศ
(สำนักบริหารกลยุทธ์)
นายธิตินันท์ จินทรานันท์

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2559)

หัวข้อวิจัย	แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ผู้ดำเนินการวิจัย	ผศ.ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว ผศ.ดร.อุทัย สติมัน นายพนม สุวรรณประเทศ นายธิตินันท์ จินทรานันท์
ที่ปรึกษา	นางวิไลวรรณ ทวีศรี
หน่วยงาน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2560

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย 2) ศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ3) เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยประยุกต์ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีกับสุพรรณบุรี เครื่องมือใช้แบบสอบถาม โดยวิธีเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 ตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือใช้แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม มีวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง ในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 30 คน และสนทนากลุ่ม 2 กลุ่ม คือกลุ่มเพชรบุรี จำนวน 21 คนกับกลุ่มสุพรรณบุรี จำนวน 29 คน และกิจกรรมสัมมนาภิเสวนา จากผู้ที่เข้าร่วมสนทนากลุ่มด้วยความสมัครใจ จำนวน 51 คน การวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบสเปียร์แมน การวิเคราะห์เชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์และความร่วมมือของเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย ภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D.=0.60) ปัจจัยที่สำคัญคือ ความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน เรื่องการดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน กับเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D.=0.81) และภาพรวมปัจจัยที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจกับเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคม มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r = .640$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 2) ปัญหาอุปสรรคในการสร้างความร่วมมือของเครือข่ายคือเรื่องขนาดความรู้ความเข้าใจ โดยเฉพาะผู้นำต้องมีจริงใจ มีความเข้มแข็ง เสียสละ มีจิตสำนึกที่ดีงาม ประสานงาน ให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และความร่วมมือจากภาครัฐ อย่างต่อเนื่อง 3) แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 4 แนวทางคือ (1) แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาคน
เครือข่าย (2) แนวทางการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมเครือข่าย (3) แนวทางการขับเคลื่อน
เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวด้วยมิตรภาพ (4) แนวทางการสื่อสาร ประสานประโยชน์ ประชาสัมพันธ์
เครือข่าย

Research Title	Guidelines for creating a social network based on the Thailand tourism industry to develop sustainably
Researchers:	Asst. Prof. Dr. Pramote Yotkaew Asst. Prof. Dr. Uthai Satiman Mr. Pamom Suwanprated Mr.Thitnun Chintranun
Research Consultant:	Mrs.Vilaiwan Twichasri
Organization	Faculty of Management Science Suan Dusit University
Year	2017

The purpose of this research was 1) Study on factors influence on the network participation, benefits, and cooperation in Thailand Tourism Society 2) Study on the problems, treats, and solution for creating the cooperation among private, social, and public sector base on basic Thai culture in developing sustainable Thailand's tourism industry. 3) Setting the guideline for creating social network based on basic Thai culture in developing sustainable Thailand's tourism industry. This applied research use mix-method both in quantitative and qualitative. For qualitative analysis, the interviewees are entrepreneurs or relevant persons in tourism industry in Phetchaburi and Suphanburi provinces, Thailand. Four hundred random sampling was interviewed by using questionnaires. In part of the quantitative analysis, the specific 30 samples in-depth interviews, and two focus groups, 21 samples in Phetchaburi province and 29 samples in Suphanburi province. Moreover, 51 persons join the open platform. The qualitative analysis analyzed by computer programing; frequency, percentage, standard deviation, Spearman rank difference method, and content analysis were used in this research.

The result found that 1) the factors influence on the network participation, benefits, and cooperation in Thailand Tourism Society; the overview was very important ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.60). The key factors were community needs in art and traditional knowledge preserve, traditional culture, and Ethnicity identities. They was at very high level ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.81). The overview of the factors which correlated with network trust or cognitive on networks for developing the society tourism industry was middle positive correlation significantly ($r = .640$) at the .01 level. 2) The obstacle for forming network participatory is lack of knowledge in particular the leader must be sincere, strengthened, sacrificed, conscious mind, good coordinate to build community participation, and continue government cooperation.

3) The development of a Thai-based social network for the sustainable development of the tourism industry consists of four approaches: (1) Human development for network learning (2) network linkage and network involvement (3) friendship tourism linkage (4) network communication, benefit sharing, and public relation.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี จากความเมตตา กรุณาอย่างยิ่งจากคณะกรรมการ สำนักงานวิจัยแห่งชาติ คณะกรรมการวิจัย ผู้บริหารมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่เห็นความสำคัญส่งเสริม การดำเนินงานวิจัย

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณวีไลวรรณ ทวีศรี ที่ปรึกษา รศ.ดร.ธีรรงค์ อุดมไพจิตรกุล ผู้ทรงคุณวุฒิวิทยากร ที่ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาในการประชุมสัมมนา และทำการปฏิบัติการโดยการ จัดการความรู้ เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ขอขอบคุณ นายภาณุพงศ์ แสงคำ ตำแหน่ง นักวิชาการ สหกรณ์ชำนาญการพิเศษ รศ.ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ รศ.ดร.ธนรัตน์ แต้ววัฒนา ผศ.ดร.บุษบา สิทธิการ และดร.สาระ มีผลกิจ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ตรวจสอบทางวิชาการ

ขอขอบคุณผู้บริหารวิทยาเขต สุพรรณบุรี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แก่ ดร.วรานี เวสสุนทรเทพ รองอธิการบดี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ นิเมเกิดผล ผู้อำนวยการกองบริการนักศึกษา ว่าที่ ร.ต. หญิงชวนชม เอี่ยมสอาด ผู้จัดการโครงการพิเศษ วิทยาเขตสุพรรณบุรี รวมถึงอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนาะ กลิ่นงาม รองอธิการบดี และรองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญส่ง รองอธิการบดี ดูแลการวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม อาจารย์ เจ้าหน้าที่ ที่อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานเก็บข้อมูลภาคสนาม รวมถึงพระครูโสภณวีรานุวัตร ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี พระอธิการศราวุธ สุทนต์โส เจ้าอาวาสวัด กำแพงแลง จังหวัดเพชรบุรี ภาครัฐท้องถิ่น ผู้บริหารหน่วยงานการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและกีฬา ข้าราชการ หน่วยงานภาคสังคมผู้นำชุมชน และภาคเอกชนผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้ที่อนุเคราะห์ให้ ข้อมูลทุกท่าน รวมถึงผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่ร่วมแสดงความคิดเห็นเชิงลึกที่ให้ข้อมูลข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการติดต่อประสานงาน ร่วมดำเนินงานด้วยความรัก ความสามัคคีแบบไทยทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย

2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ข้อจำกัดการวิจัย	6
สมมติฐานการวิจัย	6
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดความเป็นไทย	9
แนวคิดเครือข่ายทางสังคม	12
แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บนพื้นฐานความเป็นไทย	20
แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยว	25
การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี	36
ความเป็นไทยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	39
การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (information) ที่เกี่ยวข้อง	41
กรอบแนวคิดในการวิจัย	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	47
ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ	47
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	47
เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
การวิเคราะห์ข้อมูล	50

	หน้า
ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ	51
ผู้ให้ข้อมูลหลัก	51
เครื่องมือในการวิจัย	51
การรวบรวมข้อมูล	52
การตรวจสอบข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	54
บทที่ 4 ผลการวิจัย	55
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	55
การทดสอบสมมติฐาน	78
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	82
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	133
สรุปผลการวิจัย	133
อภิปรายผล	141
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	148
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	149
บรรณานุกรม	150
บรรณานุกรมภาษาไทย	150
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	154
ภาคผนวก	156
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้ข้อมูล และผู้เข้าร่วมการเสวนา	157
ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย	168
ภาคผนวก ค การทดสอบสมมติฐานรายข้อ	185
ภาคผนวก ง ภาพกิจกรรมงานวิจัยและกำหนดการสัมมนาและการเสวนา	199
ประวัติผู้วิจัย	202

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แสดงจำนวนการเก็บตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง	4
1.2	แสดงจำนวนการเก็บข้อมูลเชิงลึกแต่ละกลุ่มตัวอย่าง	5
2.1	คุณลักษณะสังคมอุตสาหกรรม	13
3.1	แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง	53
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ	55
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ	56
4.3	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับการศึกษา	56
4.4	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม กลุ่มภาคอาชีพ	57
4.5	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับประสบการณ์ทำงาน	57
4.6	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
4.7	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความหมาย “ความเป็นไทย”	58
4.8	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การรู้จักเครือข่ายการท่องเที่ยว	59
4.9	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การสังกัด	59
4.10	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำคัญ ในปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบน พื้นฐานความเป็นไทย โดยรวม	60
4.11	ระดับความสำคัญในรายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย	60
4.12	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็น ในเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมไทย โดยรวม	63
4.13	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	64
4.14	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การมีประโยชน์ของเครือข่าย	64
4.15	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การมีเพื่อนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	65
4.16	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การส่งเสริมแนะนำอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว	65
4.17	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ประเภทธุรกิจที่ส่งเสริมแนะนำ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว	66
4.18	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การพึ่งพา หรือได้รับการช่วยเหลือ จากธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจ	66
4.19	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ธุรกิจที่เคยพึ่งพา หรือได้รับการ ช่วยเหลือ จากธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจ	67
4.20	จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การแนะนำธุรกิจอื่นๆ ด้าน	

ตารางที่	หน้า
	67
4.21	68
4.22	68
4.23	69
4.24	69
4.25	70
4.26	70
4.27	71
4.28	71
4.29	72
4.30	79
4.31	80
4.32	80
4.33	81
4.34	82
4.35	129
ค-1	186
ค-2	186
ค-3	187
ค-4	187

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	35
4.1	รูปสามเหลี่ยมขับเคลื่อนจินตนาการให้เป็นจริง	108
4.2	3 นวัตกรรมขับเคลื่อน อัตลักษณ์สู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	109
4.3	ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่มที่ 1	112
4.4	ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่มที่ 2	113
4.5	ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่มที่ 3	114
4.6	ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่มที่ 4	115
4.7	ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่มที่ 5	116
ง-1	รูปกิจกรรมจากงานวิจัย	199

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

เนื่องจากภาคธุรกิจมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้สังคมเกิดพฤติกรรมการป้องกันการรักษามูลประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวมทำให้ต่างคนต่างอยู่ต่างคนต่างทำจนขาดการพึ่งพาและเอื้ออาทรช่วยเหลือซึ่งกันและกันเกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินความจำเป็นอย่างไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากการดำเนินชีวิตเพื่อการอยู่รอดของมนุษย์ นอกจากการเรียนรู้การทำงานแล้วยังต้องการการพักผ่อน ทางด้านร่างกายเป็นหลัก แต่เมื่อความพร้อมมีมากขึ้นความต้องการที่จะพักผ่อนก็สูงขึ้นจนสามารถพัฒนาเป็นการเรียนรู้ในการหาประสบการณ์ชีวิตโดยการเดินทางอย่างมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจที่เรียกว่า “การท่องเที่ยว” ในการเรียนรู้ที่นิยมก็จะประกอบด้วยเชิงเกษตร เชิงนิเวศเชิงวัฒนธรรม เชิงสุขภาพ และเชิงธุรกิจ ธุรกิจการท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจหลักสำคัญของประเทศไทยรวมถึงในหลายๆ ประเทศที่ต้องการดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพื่อให้ท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและมีรายได้จากการท่องเที่ยว (นรินทร์ สังข์รักษา, 2555, น. 1-2) ซึ่งก็ไม่ได้มีเฉพาะในประเทศไทยแต่ในหลายๆ ประเทศทั่วโลกก็ให้ความสำคัญ มีการแข่งขัน มีการสื่อสารแหล่งท่องเที่ยวในหลายๆ รูปแบบ เช่น บราซิล มีใช้หวังเพียงแค่จัดการแข่งขันฟุตบอลโลกเพียงอย่างเดียวแต่สิ่งที่เจ้าภาพได้ส่งสู่สายตาชาวโลกคือสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งหลายๆ ประเทศมีการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่งเสริมเป็นรายได้ของประเทศ และปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะประเทศที่มีทรัพยากรเชิงนิเวศและวัฒนธรรมอย่างประเทศ ภูฏาน อินโดนีเซีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี หรือที่พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น สิงคโปร์ ดูไบ นับวันการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นโดยเฉพาะปี 2558 ที่เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในภาพรวมนโยบายยังคิดว่าไทยเป็นจุดแข็งเพราะมีศักยภาพทางด้านโครงสร้างที่เหนือกว่า เป็นศูนย์กลางที่จะไปในประเทศต่างๆ เช่น พม่า ลาว กัมพูชา ซึ่งประโยชน์โดยรวมที่จะได้รับอาจเพียงน้อยนิดเพราะนักท่องเที่ยวจะใช้ไทยเป็นทางผ่านจริงๆ โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในไทยและอนาคตนักท่องเที่ยวก็ย่อมจะเดินตรงเข้าไปในประเทศนั้นๆ ก็ได้ถ้าไทยไม่ได้มีจุดดึงดูดที่ดีควรจะทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในไทยแล้วได้รับการตอบสนองทางสังคมวัฒนธรรมอย่างที่ต้องการอยากจะเรียนรู้ ด้วยความประทับใจ (ชาญโชติ ชมพูนุช, 2555)

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดนนโยบายกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 เพื่อเป็นแผนหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวแต่ในการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel and Tourism

Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลกหรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดที่เป็นปัจจัยด้านมาตรฐานการเดินทางและปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทยรองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นปัญหาที่สะสมมาอย่างความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ที่เกิดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรท่องเที่ยว ขีดความสามารถในการรองรับของแหล่ง รวมถึงปัญหาการบริหารจัดการของภาครัฐและการบูรณาการที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถระยะยาว การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะกลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกคนสามารถท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจฐานะและข้อจำกัดด้านกายภาพ ในลักษณะเรียนรู้ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ และเกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทยด้วยมาตรการส่งเสริมไทยเที่ยวไทย โดยส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยกลุ่มต่างๆ เช่น แรงงาน ข้าราชการ เกษตรกร กลุ่ม Corporate/Expats ผู้มีรายได้กลาง-สูง กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุและผู้พิการ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เช่น ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรจุเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหลักสูตรการศึกษา สนับสนุนการเดินทาง ศึกษาดูงานในประเทศไทยของ เกษตรกร องค์กรบริการส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด เกษตรกร เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558, น. 1, 22)

เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศและก่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจบริการที่เชื่อมโยงสามารถกระจายรายได้ไปยังชุมชนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แต่ส่วนมากในการทำธุรกิจจะมุ่งถึงกำไรเป็นสำคัญมีความเป็นตัวตนสูงพร้อมทำเพื่อตนเองโดยมิได้พิจารณาถึงการแบ่งปัน จึงเป็นการสร้างแหล่งสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในมิติของตนเองที่ไม่ได้พิจารณาถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยว ที่ส่งผลให้เกิดการแย่งชิงการเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวของสังคมทั้งภายในชุมชนด้วยตนเอง และระหว่างชุมชนกับภาครัฐอันจะทำให้ความสัมพันธ์ภายในชุมชนแย่งลง จากการทำต่างฝ่ายต่างให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ จากการท่องเที่ยวหรือผลประโยชน์ของตนเองมากเกินไป (โกเมน กันตวรธี, อารีย์ นัยพินิจ และ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, 2556, น. 21-23) ถ้าได้ผลประโยชน์ทุกคนพร้อมที่จะรับแต่ผลกระทบทั้งขยะปฏิกูล น้ำเสีย และมลพิษอื่นๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เป็นปัญหาแหล่งท่องเที่ยวจะหาผู้ที่คิดดูแลบำรุงรักษาอย่างใส่ใจได้ยาก โดยเฉพาะกรณีที่เป็นสมบัติสาธารณะ อาจเป็นการละเลยของผู้มีหน้าที่ดูแลแต่ถ้าหลายๆ ภาคส่วนได้ช่วยกันดูแลก็น่าจะทำให้ผลกระทบต่างๆ น้อยลง ดังนั้นการร่วมมือช่วยเหลือกันตามพื้นฐานความเป็นคนไทยที่ดีจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งปัจจัยการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องพัฒนาให้มากขึ้น

คำกล่าวที่ว่า “เครือข่าย เป็นการเชื่อมโยงกลุ่มคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน และมีเป้าหมายเดียวกัน โดยมีการสื่อสารระหว่างกัน อย่างต่อเนื่องและจัดระเบียบโครงสร้างอย่างชัดเจน ซึ่งถือเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกัน” (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552, น.97)

แต่การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวแม้จะไม่มีชัดเจนในความร่วมมือของภาครัฐแต่ก็มีการส่งเสริมกันอย่างเห็นได้ชัด อย่างในยุโรปที่สามารถเที่ยวประเทศฝรั่งเศส เยอรมัน สเปน อิตาลี สวิสเซอร์แลนด์ ซึ่งในไทยน่าจะเกิดเครือข่ายไทย พม่า ลาว กัมพูชา ที่จะมีขึ้นในอนาคต แต่การท่องเที่ยวภายในประเทศที่ส่งเสริมสนับสนุนกันในพื้นที่ของเมือง จังหวัด หรือภาคน่าจะเกิดขึ้นอย่างฮอกไกโดในประเทศญี่ปุ่นที่รัฐมีการตั้งคณะผู้บุกเบิกเน้นการพัฒนาพื้นที่จนมีความพร้อมที่สามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล และบางพื้นที่ในภาคธุรกิจยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น โรงงานผลิตช็อกโกแลตสารพัดรูปแบบของบริษัท อิชียะ (Ishiya) ที่มีความพร้อมในการรองรับผู้เข้าเยี่ยมชมโรงงาน (DPlus Guide Team, 2556, น. 133-134)

การท่องเที่ยวไทยที่ชาวต่างชาติชื่นชอบในเรื่องของความเป็นไทย ซึ่งฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2550, น. 55)กล่าวถึง “ความเป็นไทย คือคุณลักษณะที่แสดงออกถึงความภาคภูมิใจ เห็นคุณค่า ร่วมอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาไทย ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะและวัฒนธรรม ใช้ภาษาไทยในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ผู้ที่รักความเป็นไทย จะมีความภาคภูมิใจ เห็นคุณค่า ชื่นชม มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สืบทอด เผยแพร่ภูมิปัญญาไทย ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะและวัฒนธรรมไทย มีความกตัญญูกตเวที ใช้ภาษาไทยในการสื่อสารอย่างถูกต้องเหมาะสมสิ่งที่กล่าวมาถือเป็นทุนทางสังคม ซึ่งสังคมไทยมีลักษณะพิเศษ คือ ชุมชนท้องถิ่นมีความอุดมด้วยวัฒนธรรมแห่งชุมชน คือ วัฒนธรรมแห่งการพึ่งพาอาศัย ผูกพันช่วยเหลือกัน โดยที่ทุกคนคำนึงถึงและยอมรับประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ” ภาพรวมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในสังคมไทย เป็นการท่องเที่ยวขึ้นพื้นฐานเพียงรู้ว่าไปเที่ยว เคยไปเที่ยว แต่การท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้รู้พื้นฐานความเป็นชาติไทย ส่งเสริมการเรียนรู้ รับรู้ จนเกิดการพัฒนาทางจิตใจมากขึ้นยังขาดกับสังคมไทยคงต้องใช้เวลาและต้องให้ผู้นำคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างความพร้อม ความไว้วางใจความรู้ความเข้าใจในเครือข่าย และเศรษฐกิจชุมชนที่เป็นปัจจัยในการตอบสนองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยอย่างมีคุณค่า

จากเหตุสำคัญที่เป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ไทยเที่ยวไทยส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างการท่องเที่ยวสู่คนไทย ที่น่าจะต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถ้าหากไม่มีการปรับตัวในการสร้างเครือข่าย เพื่อสร้างความเข้มแข็งของสังคม จากการท่องเที่ยวในสังคมบนพื้นฐานของความเป็นไทยที่มีเมตตา กรุณา เอื้ออาทรถือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนที่ต้องการการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการบริหารจัดการโดยสังคมของชุมชนเพื่อสร้างเครือข่ายในการร่วมมือ จึงสนใจที่จะวิจัยแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ต้องรู้และเข้าใจถึงปัจจัยที่มีต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงเรื่องปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไข การสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต่างกัน อันจะเป็นการพัฒนาผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคมให้เป็นเครือข่ายส่งเสริมการช่วยเหลือกันทางธุรกิจการท่องเที่ยวตามพื้นฐานความเป็นไทยที่ชาวบ้านในสังคมชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. เพื่อเสนอแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้ ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) โดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณนำมาตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ ข้อที่ 2 โดยใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และใช้ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การเก็บข้อมูล 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ และระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

ระยะที่ 1

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจ ภาคสังคมและภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากในพื้นที่ 2 จังหวัด คือ จังหวัดเพชรบุรี กับ จังหวัดสุพรรณบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยการเปิดตารางกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ประชากรอนันต์ที่นับไม่ได้ โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ + 5% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ กำหนด 402 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ภายใต้อายุ 3 รายละเอียด แสดงตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนการเก็บตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	ตัวอย่างเป้าหมาย	จำนวน
ภาคธุรกิจ	สถานที่พัก, ร้านอาหาร, ร้านขายของที่ระลึกของเอกชน วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ อื่นๆ	134
ภาคสังคม	ผู้นำชุมชน ด้านศาสนาวัฒนธรรม วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อม	134
ภาครัฐ	การท่องเที่ยว ฝ่ายจังหวัด ฝ่ายปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	134
รวม		402

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคลผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความคิดเห็นความเป็นไทย การรู้จักเครือข่ายและการสังกัดเครือข่าย ปัจจัยที่มีต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย ด้านความพร้อมของสังคม, ด้านเศรษฐกิจชุมชน, ด้านผู้นำเครือข่าย, ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน, ด้านความไว้วางใจในเครือข่ายหรือ ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย

ตัวแปรตาม ได้แก่ การเข้าร่วมเครือข่าย, การเห็นประโยชน์ของเครือข่าย, ความร่วมมือของเครือข่าย และการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณจะนำไปสรุปเพื่อนำไปศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมและตรวจสอบข้อเท็จจริง

ระยะที่ 2

ศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องของ 2 จังหวัด จำนวนจังหวัดละ 15 คน รวม 30 คน รายละเอียด แสดงตามตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนการเก็บข้อมูลเชิงลึกแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	ตัวอย่างเป้าหมาย	จำนวน
ภาคธุรกิจ	สถานที่พัก, ร้านอาหาร, ร้านของที่ระลึก ของเอกชน วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ อื่นๆ	5
ภาคสังคม	ผู้นำชุมชน ด้านศาสนาวัฒนธรรม วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อม	5
ภาครัฐ	การท่องเที่ยว ฝ่ายจังหวัด ฝ่ายปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	5
รวม		15

จากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีวิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลตามลักษณะเป็นกลุ่มที่เป็นพวกเดียวกัน เช่น ภาคธุรกิจ คือสถานที่พัก, ร้านอาหาร, ร้านของที่ระลึก ของเอกชน วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ อื่นๆ ภาคสังคม คือ ผู้นำชุมชน ด้านศาสนาวัฒนธรรม วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ คือ การท่องเที่ยว ฝ่ายจังหวัด ฝ่ายปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมีการสนทนากลุ่มจังหวัดละ 25 คน รวม 2 จังหวัด จำนวน 50 คน และจัดทำการสัมภาษณ์หรือการเสวนาเพื่อหาแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 50 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยมุ่งการศึกษา กลุ่มที่มีความสัมพันธ์ รู้จักคุ้นเคยกันในจังหวัด เพชรบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีความเป็นไทยเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยทำการศึกษากับผู้ที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาคธุรกิจ ภาคสังคมและภาครัฐ ซึ่งผู้มีอำนาจในการตัดสินใจแสดงความคิดเห็นเป็นผู้นำ ซึ่งอาจไม่มีเวลาในการให้ข้อมูลและร่วมกิจกรรมจึงต้องใช้เวลา และมีการปรับกระบวนการเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน 1 : ชุมชน และสังคมขาดผู้นำในการสร้างความร่วมมือในเรื่องการท่องเที่ยวและไม่เห็นประโยชน์ของเครือข่ายการท่องเที่ยว

สมมติฐาน 2 : คนในชุมชนไม่มีความต้องการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

สมมติฐาน 3 : ผู้ประกอบการในชุมชนและสังคมยังขาดความพร้อมในเรื่องความร่วมมือจึงมีผลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายการท่องเที่ยว

สมมติฐาน 4 : เศรษฐกิจของชุมชนไม่มีอิทธิพลต่อการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

สมมติฐาน 5 : ผู้ที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจชุมชนยังขาดความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

เครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทย หมายถึง กระบวนการความสัมพันธ์ของความเป็นญาติพี่น้องทางเชื้อชาติที่เกิดบนผืนแผ่นดินไทย มีความเชื่อทางศาสนา จนเกิดเป็นประเพณี วัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า งดงาม และมีพระมหากษัตริย์เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจคนให้เกิดความรักสามัคคี มีวิถีชีวิตที่ดีงามเอื้ออาทรช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ด้วยความรัก ความเมตตากรุณา

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวโดยสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างร่วมมือ ส่งเสริมศิลปะ วิถีชีวิต วัฒนธรรมความเป็นไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี

เครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคมไทย หมายถึง กระบวนการช่วยเหลือส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี จากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ ในด้านต่างๆ ประกอบด้วย

1. ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย หมายถึง เกิดการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการมีการประสานความร่วมมือ ส่งเสริมช่วยเหลือกัน ประชาสัมพันธ์กันและกัน

2. ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย หมายถึง การท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างโอกาสใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคมจากการช่วยเหลือกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า บริการ ด้านการท่องเที่ยว ประสานให้ความช่วยเหลือกัน และประชาสัมพันธ์ให้เกิดการท่องเที่ยวต่อกัน

3. ด้านความร่วมมือของเครือข่าย หมายถึง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ด้วยการประชาสัมพันธ์ หรือบอกต่อ

4. ความพร้อมของสังคม หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมเครือข่าย เช่น ความร่วมมือของภาครัฐ รัฐบาล เอกชน และภาคประชาชน ในสังคมที่อธยาศัย มีการแนะนำความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและงานบริการในสังคม ถึงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนและพัฒนา มีความพร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสถานพยาบาลสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีมาตรฐาน และมีการดูแลขยะปฏิกูลและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว

5. เศรษฐกิจของสังคม หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมเครือข่าย เช่น มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีงบประมาณสนับสนุน ส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้ การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

6. ผู้นำเครือข่าย หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมเครือข่าย เช่น การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นผู้มีความตั้งใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม ความสามารถด้านการประสานงานและการใช้ประโยชน์ เป็นผู้มีความกระตือรือร้นในประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง เป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ส่งเสริมผลักดันการมีส่วนร่วม และเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบในหน้าที่

7. ความต้องการของคนใน ชุมชน หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมเครือข่าย เช่น การเสริมสร้างให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของคน โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น มีความเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน มีควรละเมิดความเป็นตัวตนและความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์วิถีชีวิต ศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน การอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น

8. ความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมเครือข่าย เช่น การมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเป็นเครือข่ายควรมีข้อกำหนดที่ชัดเจนในความร่วมมือ การสื่อสาร ข่าวสารมีความถูกต้อง ต่อเนื่องเป็นปัจจุบันทั่วถึง การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน สมาชิกควรมีอิสระในความคิด เป็นตัวของตัวเองในการทำกิจกรรม สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกันและให้เกียรติกันและกัน การลดความขัดแย้งและความตึงเครียดในชุมชน

แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การศึกษาแสวงหาวิธีการหรือแนวปฏิบัติเพื่อสร้างเครือข่ายของ

สังคมบนพื้นฐานความเป็นไทย ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

1. เป็นข้อเสนอแนะให้แก่ผู้ประกอบการในเครือข่าย และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แนวทางที่เหมาะสมไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมเพื่อสร้างความร่วมมือที่ถูกต้อง
2. ได้เครือข่ายที่เป็นรูปธรรมของพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. ทำให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อสังคมวัฒนธรรม และปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม
4. เกิดการช่วยเหลือของเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน สื่อสารข่าวสารข้อมูลกันมากขึ้น

ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม

1. ทำให้ผู้นำชุมชนหรือสังคมเกิดความตระหนักต่อความรับผิดชอบต่อสังคมความเป็นไทย
2. ทำให้เกิดบทเรียนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ทำให้เกิดการเข้าถึง เข้าใจ และพัฒนาในการสร้างเครือข่ายบนพื้นฐานของสังคม
3. ทำให้สังคมมีเครือข่ายเป็นภูมิคุ้มกันที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของความเป็นไทยด้วยการช่วยเหลือ ให้กำลังใจกันและกัน
4. ทำให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการประสานงานประชาสัมพันธ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันและทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่สังคมในเครือข่าย สินค้าวิสาหกิจชุมชนมีที่จำหน่ายขายได้มากขึ้น และนำไปส่งเสริมในจังหวัดอื่นๆ ในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ประโยชน์ทางวิชาการ

1. ทำให้ทราบถึงแนวคิดเรื่องเครือข่ายบนพื้นฐานความเป็นไทยของสังคม
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ ความร่วมมือ และปัญหาอุปสรรคของสังคม ในการพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน
3. ทำให้ได้แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว จะใช้เป็นข้อมูลสำคัญการสร้างโอกาสในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากเครือข่ายที่ใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาการในจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดอื่นๆ

ประโยชน์ด้านนโยบาย

1. ข้อเสนอจากการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม
2. นำผลการวิจัยมากำหนดเป็นนโยบายการพัฒนาเครือข่ายสร้างความร่วมมือการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเพื่อส่งเสริมพื้นฐานความเป็นไทย

บทที่ 2

แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคม บนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สังคม เป็นความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันของบุคคลจำนวนหนึ่ง ที่มีระเบียบแบบแผนกฎเกณฑ์ที่ได้วางไว้ใน การประสานให้บุคคลเกิดการปฏิบัติตามร่วมกัน ซึ่งสังคมไทยจึงหมายถึง บุคคลที่เกิดในประเทศไทย ถือเป็นชาติไทย หรือบุคคลที่ย้ายมาอยู่ในประเทศไทยอย่างถาวร โดยมีความผูกพันเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนกฎเกณฑ์ของสังคมและกฎหมายของประเทศไทย สังคมไทยมีประชาชนหลายเชื้อชาติหลายศาสนาแต่คนส่วนใหญ่จะนับถือพระพุทธศาสนาทำให้คนในสังคมมีเมตตาต่อกัน ไม่เบียดเบียนกันผูกพันเป็นเครือญาติอย่างใกล้ชิดและสังคมไทยยังให้ความสำคัญเรื่องอาวุโส ให้เกียรติผู้ใหญ่ และอยู่ร่วมกันได้ด้วยความรักเทิดทูลในองค์พระมหากษัตริย์องค์เดียวกัน (ฐิรชญา มณีเนตร, 2553, น. 93-94) คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสาระสำคัญของงานวิจัยที่มีการเผยแพร่โดยทำการศึกษาอย่างหลากหลายครอบคลุมเนื้อหาสาระของการวิจัยโดยละเอียด ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ตรงประเด็น คณะผู้วิจัยจึงใคร่ นำเสนอข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดความเป็นไทย
2. แนวคิดเครือข่ายทางสังคม
3. แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บนพื้นฐานความเป็นไทย
4. แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยว
5. การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี
6. ความเป็นไทยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
7. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (information) ที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดความเป็นไทย

ความเป็นไทยในสมัยก่อนอาจกล่าวได้ว่าเป็นความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ไทย ความรักใน 3 สถาบันนี้คือ ความเป็นไทย แต่ปัจจุบันความคิดจิตวิญญาณเรื่องนี้เริ่มหายไปเพราะสังคมให้ความสำคัญเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ จนมาสู่การรณรงค์ว่าเป็นคนไทยต้องใช้สินค้าไทยแต่ก็คงงักกันว่าเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยหรือสินค้าที่คนไทยเป็นเจ้าของ เพราะซื้อสินค้าต่างประเทศแต่ผลิตในไทย ดังนั้นความเป็นคนไทยกับสังคมไทยจึงยังไม่ชัดเจนที่ต้องค้นหา

พระไพศาล วิสาโล (2542) ได้กล่าวสรุปถึง แนวคิดความเป็นไทยมีหลักอยู่ 2 แนวคิด คือ

1. แนวคิดที่มองว่าความเป็นไทยอยู่ที่เนื้อหา จิตใจหรือจิตวิญญาณ คือ คนจะใช้สิ่งของยี่ห้อจากนอกประเทศหรือในประเทศก็แล้วแต่ จะใช้ของไทยหรือจะใช้ของนอกก็คงเป็นคนไทยด้วยจิตวิญญาณ

2. แนวคิดที่มองความเป็นไทยอยู่ที่รูปแบบ โดยการแสดงความเป็นไทยจากการแต่งกายด้วยชุดไทย ผ้าไทย กินอาหารไทย รำไทย เข้าวัดทำบุญสวดมนต์

ในปัจจุบันความเป็นไทยอยู่ตรงไหนเป็นเรื่องที่ตอบได้ยาก เพราะความเป็นไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงซึ่งก็อาจจะขึ้นอยู่กับกาลส่งเสริม ซึ่งก็ยากในการปรับพฤติกรรมในโลกสากล สุดท้ายก็แล้วแต่ความต้องการของบุคคล (พระไพศาล วิสาโล, 2542) การปล่อยให้คนในสังคมมีความเป็นไทยที่มีอิสระไร้ระเบียบจะทำให้เกิดปัญหาดังคำที่มีการกล่าวกันว่า “ทำอะไรตามใจคือไทยแท้” ทำให้สังคมเกิดปัญหาว่านวยจากการเอาแต่ประโยชน์ส่วนตนเป็นหลัก และลืมประโยชน์ส่วนรวม ดังนั้นบนพื้นฐานความเป็นไทยต้องสร้างจิตสำนึกในความเป็นไทย (Thainess) โดยส่งเสริมให้คนในสังคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตระหนักถึงเรื่องความความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พร้อมต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ให้ถือเป็นจุดขายร่วมกันของความเป็นไทย เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554, น. 35) ในความแตกต่างตามวิถีไทยอันงดงามด้วยวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ที่เป็นเครื่องมือกำกับความสัมพันธ์ในสังคมวัฒนธรรมจึงนับเป็นทุน เช่น ศิลปวัตถุและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่บรรพบุรุษไทยสรรค์สร้างมาจัดเป็นสิ่งที่เรียกว่าทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสมบัติของส่วนรวมหรือเป็นสมบัติสาธารณะที่ใครๆ ก็สามารถนำไปใช้ได้ แต่การนำไปใช้นั้นควรกระทำให้ ถูกกาลเทศะ ถูกต้องตามขนบธรรมเนียมประเพณี เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณค่าวัฒนธรรมไทย (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2555, น. 61)

ปัจจุบันทุกวันนี้โลกถูกรอบงำด้วยแนวคิดลัทธิทุนนิยม ส่วนคนที่มีอุดมการณ์วันนี้เป็นคนประหลาดเหมือนคนหลงยุค ที่เข้าใจเรื่องถูกต้อง ดีงาม เป็นธรรมที่เป็นไปไม่ได้ เพราะส่วนรวมของสังคมมนุษย์ชาติ มีการปลุกกระดม ความอยาก ความโลภ หวังให้คนบริโภคมากๆ เศรษฐกิจจะได้โต ประเทศจะได้เจริญพัฒนา จากแนวคิดทุนนิยมเป็นต้นมาสังคมไทยก็ยังไม่เห็นมีระบบเศรษฐกิจที่จะทำให้สังคมมีการพัฒนาอย่างมั่นคง แทนที่สังคมไทยจะไปสู่ศิวิไลซ์แต่กลับเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงสังคมแห่งการอยู่ดีมีสุข การพัฒนาได้แต่เปลือกและกระพี้ ไม่มีเนื้อหาไม่มีสาระ กระบวนการ มีแต่ผิวเผิน จึงเต็มไปด้วยการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน ไม่ใช่ส่วนรวม (เสรี พงศ์พิศ, 2555, น. 60 - 61) ปัญหาสังคมไทยจึงมีลักษณะที่ยึดติดรูปแบบภายนอก ไม่สนใจเนื้อหากระบวนการ เช่น การศึกษาก็หมายถึงการไปโรงเรียน เรียนให้ได้ปริญญาเพื่อหางานทำ ไม่ได้แปลว่าเรียนแล้วพึ่งตนเองได้ ไม่ได้แปลว่าเรียนแล้วช่วยตัวเองได้ และช่วยคนอื่นได้ เพราะการศึกษามีแต่การสอน การถ่ายทอดความรู้จากครูไปสู่เด็กหรือจากอาจารย์ไปสู่นักศึกษา รูปแบบเก่าๆ เดิมๆ ที่เน้นการท่องจำ เรียนในหนังสือ ไม่ได้เรียนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริง ที่สามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาได้ตามวิถีชีวิตของคนไทย (เสรี พงศ์พิศ, 2555, น. 59-60) ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นไทยในสังคมจึงน้อยลงต้องมีการปฏิรูปซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการปฏิรูปประเทศไทย รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาค่านิยมเพิ่มขึ้น จากเดิมเพื่อสร้างความชัดเจนในขับเคลื่อนประเทศไทยให้เข้มแข็งโดยระบุถึงค่านิยมหลักคนไทยตามนโยบายคณะรักษาความสงบแห่งชาติ 12 ประการ คือ

- (1) มีความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์
- (2) ซื่อสัตย์ เสียสละ อดทน มีอุดมการณ์ในสิ่งที่ดีงามเพื่อส่วนรวม
- (3) กตัญญูต่อพ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูบาอาจารย์
- (4) ใฝ่หาความรู้ หมั่นศึกษาเล่าเรียนทั้งทางตรง และทางอ้อม
- (5) รักษาวัฒนธรรมประเพณีไทยอันงดงาม

- (6) มีศีลธรรม รักษาความสัตย์ หวังดีต่อผู้อื่น เผื่อแผ่และแบ่งปัน
- (7) เข้าใจเรียนรู้การเป็นประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขที่ถูกต้อง
- (8) มีระเบียบวินัย เคารพกฎหมาย ผู้น้อยรู้จักการเคารพผู้ใหญ่
- (9) มีสติรู้ตัว รู้คิด รู้ทำ รู้ปฏิบัติตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
- (10) รู้จักดำรงตนอยู่โดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำรัส ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รู้จักอดออมไว้ใช้เมื่อยามจำเป็น มีไว้พอกินพอใช้ ถ้าเหลือก็แจกจ่ายจำหน่าย และพร้อมที่จะขยายกิจการเมื่อมีความพร้อม เมื่อมีภูมิคุ้มกันที่ดี

(11) มีความเข้มแข็งทั้งร่างกาย และจิตใจ ไม่ยอมแพ้ต่ออำนาจฝ่ายต่ำ หรือกิเลส มีความละอายนเกรงกลัวต่อบาปตามหลักของศาสนา

(12) คำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวม และของชาติมากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง (ฐิติกร สังข์แก้ว และ อรรถสิทธิ์ พานแก้ว, ม.ป.ป)

ค่านิยม เป็นรูปแบบของความประพฤติหรือสถานะของการดำรงอยู่ของความเป็นไทย โดยทั่วไปของปัจเจกบุคคลจะมีค่านิยมหลายแบบและมีการให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน การกระตุ้นค่านิยมให้เกิดขึ้น (มณีมีชัย ทองอยู่, 2557, น. 117) ในสังคมไทยต้องเน้นความมีสำนึกในการปฏิบัติตามค่านิยม 12 ประการ ซึ่งจะทำให้สังคมมีการพัฒนาที่ดีขึ้นแต่ก็ควรเสริมแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับค่านิยมส่วนรวมของความเป็นไทย เพื่อให้สังคมไทยดำรงอยู่อย่างมีความสุข ประกอบด้วย 6 ประการคือ

- (1) คนไทยต้องมีความรักใคร่ต่อบุคคลอื่น
- (2) คนไทยต้องการะทำการช่วยเหลือเอื้อประโยชน์ต่อกันและกัน
- (3) คนไทยต้องมีความสุจริตยุติธรรมตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ไม่เบียดเบียนและล่วงเกินผลประโยชน์ของผู้อื่น

(4) คนไทยทำประโยชน์ส่วนตัวอยู่เหนือประโยชน์ส่วนรวม

(5) คนไทยพร้อมให้ทุกคนแสดงความสามารถ และแสวงหาผลประโยชน์อันชอบธรรมตามความสมัครใจ

(6) คนไทยต้องรักษาระเบียบวินัยที่ถูกต้องยุติธรรมเพื่อประโยชน์ร่วมกันของส่วนรวม
แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับค่านิยมเฉพาะกลุ่ม ที่จะทำให้กลุ่มบุคคล เช่น กลุ่มอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุข ซึ่งมี 3 ประการคือ

(1) การทำหน้าที่ของกลุ่มที่สอดคล้องสัมพันธ์กับหน้าที่ของกลุ่มอื่นๆ เพื่อประโยชน์ร่วมกันของสังคมส่วนใหญ่

(2) การไม่ถือความสำคัญและประโยชน์ของกลุ่มตนเองเหนือกลุ่มอื่นๆอันทำให้ประส่วนรวมเกิดความเสียหาย

(3) เปิดโอกาสให้สมาชิกของสังคมที่มีความสามารถเหมาะสมเข้าร่วมกลุ่มโดยไม่ผูกขาดอำนาจ (ฐิรัชญา มณีเนตร, 2553, น. 109-110)

ความเป็นไทย สมเด็จพระเทพฯ “...ทรงเพิ่มเรื่องจิตสำนึก ศักดิ์ศรี และเอกลักษณ์ของความเป็นไทยเข้ามา...” ตามโครงการเรื่องการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอันเป็นมรดกล้ำค่า (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2536, น. 21)

ความเป็นคนไทยสร้างวัฒนธรรมที่ตีงามทางความคิด ความเชื่อในศาสนา ศีลธรรมและ จริยธรรมเป็นเรื่องสำคัญที่จำเป็นของทุกคน ซึ่งจะเห็นได้จากวัฒนธรรมไทยทางจารีตและ ขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นเครื่องผูกพันบุคคลให้เกิดความรักความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันใน การปฏิบัติสืบต่อกันมาแต่โบราณทั้งราชประเพณี รัฐพิธี ธรรมเนียมประเพณี ขนบประเพณี และ จารีตประเพณี วัฒนธรรมไทยยังสร้างสรรค์ผลงานสร้างสรรค์อันเป็นเอกลักษณ์ของคนไทยในด้านจิตร กรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ประณีตหัตถศิลป์ และศิลปะการแสดง ดังนั้นวัฒนธรรมไทยจึง เปรียบเสมือนสิ่งมีชีวิตที่มีการเจริญงอกงาม เปลี่ยนแปลงไปตามเหตุปัจจัย ยึดมั่นในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และขนบธรรมเนียมเหมาะสมตามประเพณี ประเพณีเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยซึ่ง ได้ประพืดปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นที่ยอมรับของสังคมไทย การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ไทยจึงมีความจำเป็นที่นำเสนอใจของคนในสังคมไทยและชาวต่างชาติที่ต้องการประสบการณ์ที่ตีงามใน ความเป็นไทย มีวัฒนธรรมพื้นบ้านไทยเป็นวัฒนธรรมของหลายชนชั้น อยู่ที่คุณค่าทางจิตใจ ด้าน ความรู้สึก เป็นพลังทางศีลธรรม ที่มีค่าทางจิตวิญญาณสำหรับคนไทย สังคมไทย สิ่งเหล่านี้นำไปสู่ เอกลักษณ์การรวมกลุ่มซึ่งมีผลต่อการพัฒนาท้องถิ่น (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2547, น. 7)

แนวคิดความเป็นไทย คณะผู้วิจัยสรุปว่า ความเป็นไทยสามารถแบ่งได้ 2 หลักคือ 1) หลักที่ เป็นนามธรรม อันฝังลึกอยู่ในจิตใจจากการสั่งสอนเลี้ยงดูด้วยความรักจากผู้มีประคุณ ด้วยความเชื่อ ทางศาสนาที่ตีงามด้วยวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี โดยออกมาทางจิตวิญญาณแห่งความ รักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ซึ่งหลักแห่งนามธรรมสามารถแสดงความชัดเจนได้จากค่านิยมของ คนไทย ตามนโยบายคณะรักษาความสงบแห่งชาติ 12 ประการ กับค่านิยมส่วนรวมของความเป็นไทย ที่อยู่ภายใต้ความรู้สึกนึกคิดของคนไทย 2) หลักที่เป็นรูปธรรม เป็นสิ่งที่ถูกถ่ายทอดออกมาจากจิตใจ ให้สามารถแสดงความเป็นไทยออกมาในรูปร่างที่สัมผัสได้ด้วย ตา หู จมูก ลิ้น และกาย ตามวิถีในการ ดำเนินชีวิต เช่น ของกิน ของใช้ การแต่งกาย การแสดงออกหรือการพูดทักทาย และสิ่งที่สำคัญคือ ศิลปวัตถุ ศิลปะการแสดงที่บรรพบุรุษไทยสร้างสรรค์มีการถ่ายทอดสืบต่อกันมา ในความเป็นไทย ไม่ได้หมายความว่าจะต้องจะต้องมีความชัดเจนทั้งสองหลักแต่จะเกิดโดยธรรมชาติจากจิตใจ แล้ว สะท้อนออกมาเป็นการกระทำ

2. แนวคิดเครือข่ายทางสังคม

ความเป็นสังคมมีลักษณะเป็นกลุ่มทางวาทกรรมและการสื่อสาร (discourse societies หรือ communicative societies) มาตั้งแต่ต้น ทำให้การแยกระหว่างสิ่งที่เรียกว่าภาค สาธารณะกับประชาสังคมทำได้ยาก จึงอาจมีมุมมองว่าเป็นเรื่องของการจับตัวเป็นองค์กร เครือข่าย หรือมุมมองเรื่องของพื้นที่ เวทีการสื่อสาร การสร้างประชามติต่างๆ (ธีรยุทธ บุญมี, 2547, น.26) ทฤษฎี ระบบปัจจุบันตามทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม นักคิดสำนักนี้มองว่า สังคม คือส่วนต่างๆ ของ โครงสร้างที่เชื่อมโยงกัน และแต่ละสังคมมีโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันไม่มากนักน้อย เฮอร์เบิร์ต สเปนเซอร์ ชาวอังกฤษ ได้เสนอโครงสร้างของสังคมที่ประกอบด้วย 6 สถาบันคือ

- (1) สถาบันครอบครัว มีหน้าที่ในการสร้างมนุษย์และเลี้ยงดู
- (2) สถาบันพิธีกรรม มีหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิต

- (3) สถาบันการเมือง มีรูปแบบการปกครองประชาชน เช่น ประชาธิปไตย อนาธิปไตย
- (4) สถาบันศาสนา มีหลักคำสอนให้มนุษย์ยึดถือ
- (5) สถาบันอาชีพ มีการแบ่งงานหน้าที่และความรับผิดชอบในสังคม
- (6) สถาบันเศรษฐกิจ มีการแบ่งระบบความเป็นอยู่เป็นทาส ระบบศักดินา และระบบแรงงานเสรี

ทั้ง 6 สถาบันมีความสัมพันธ์ทางสังคมด้วยความร่วมมือกันได้โดยแรงผูกพันทางกายภาพ เหมือนกับระบบอินทรีย์ของร่างกายมนุษย์ และอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์กันคือ การสื่อสารด้วยภาษา และความสำนึกที่กระจายไปทั่วทุกส่วนแต่อาจจะไม่เท่ากัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2554, น. 140-141)

ตารางที่ 2.1 คุณลักษณะสังคมอุตสาหกรรม (สุภางค์ จันทวานิช, 2554, น. 142-143)

คุณลักษณะ	สังคมอุตสาหกรรม
หน้าที่หรือกิจกรรมสำคัญ	การบริการของบุคคลโดยช่วยเหลือกันและมีสันติ
หลักการของการประสานกันทางสังคม	การร่วมมือด้วยความสมัครใจ ระเบียบกฎเกณฑ์เป็นไปด้วยข้อตกลงและหลักการของความยุติธรรม กิจกรรมมีแต่กฎระเบียบห้ามมิให้ปฏิบัติ
ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับบุคคล	รัฐดำรงอยู่เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบุคคลมีเสรีภาพ มีการจำกัดเล็กน้อยในทรัพย์สินและการเคลื่อนไหวทางสังคม
ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและองค์การอื่นๆ	สนับสนุนให้เมืองการเอกชน
โครงสร้างของรัฐ	กระจายอำนาจ
โครงสร้างของการแข่งขันทางสังคม	มีการยืดหยุ่นและเปิดโอกาสในอันดับตำแหน่งอาชีพและประจำการ มีการสับเปลี่ยนเคลื่อนย้ายในตำแหน่งต่างๆ
ประเภทของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ	ไม่มีเศรษฐกิจแบบเอกเทศพึ่งพาอาศัยกันด้วยการค้าแบบสันติ มีการค้าเสรี
ลักษณะทางสังคมและส่วนบุคคลที่ได้รับการยกย่อง	อิสระ เคารพผู้อื่น ต่อต้านการบีบบังคับ มีความคิดริเริ่ม ในส่วนบุคคล มีความจริงใจและเมตตา

จากตาราง 2.1 คุณลักษณะสังคมอุตสาหกรรมแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งสำคัญที่มีกำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินงานต่างๆ ของภาครัฐ ได้เข้ามาร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงข้อมูลที่แตกต่างหรือเสริม ร่วมตัดสินใจ ขับเคลื่อน รับผลจากการตัดสินใจ ให้การปรึกษาหารือ ร่วมกันประเมินผลการดำเนินงาน และร่วมคิดแก้ปัญหาพัฒนาชุมชน (สถาบันพระปกเกล้า, 2556, น. 8) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมกับโครงการของทางราชการ ร่วมกับแนวคิดและวิธีการของทางราชการ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ภายใต้วิถีคิด วิถีปฏิบัติ วิธีให้คุณค่าแบบเดิม และอยู่ภายใต้กระบวนทัศน์แบบเดิม ภายใต้คำขวัญที่ว่า ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งตามหลักแล้วประชาชนมีส่วนร่วมกับราชการ หรือราชการมีส่วนร่วมกับประชาชน คือร่วมมือกันทั้งสองฝ่าย ร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผน ร่วมกันดำเนินการทุกขั้นตอนจริงๆ

(เสรี พงศ์พิศ, 2555, น. 206-207) รัฐบาลเคยประกาศว่าประชาชน สังคมคือศูนย์กลางเป็นตัวตั้งพื้นที่เป้าหมาย เพื่อให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันแบบบูรณาการ สังคมวันนี้จึงต้องเปลี่ยนกระบวนทัศน์ข้าราชการ พนักงานของรัฐ นักการเมืองท้องถิ่นต้องมีความพร้อมในการลงไปร่วมกันพัฒนาศักยภาพของท้องถิ่น ด้วยทำที่เป็นมิตร มีไมตรี มีเมตตาและช่วยเหลือเกื้อกูลพร้อมเปิดใจยอมรับกันและกัน (เสรี พงศ์พิศ, 2555, น. 206-208)

2.1 แนวคิดเรื่องทุนทางสังคม

สังคมจะมีพฤติกรรมที่เชื่อมโยงมนุษย์ด้วยเรื่องภาษาที่จะสื่อสารกัน ทำให้เกิดความคิดร่วมกัน มีความรักในศาสนาที่มีศรัทธาร่วมกัน และแบ่งงานกันทำโดยมีการจัดระเบียบสังคม ทำให้คนสามารถทำในสิ่งที่ตนถนัดและพึ่งพากันได้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2554, น. 34-35) ซึ่งมีผลต่อทุนทางสังคม

ทุนทางสังคม หมายถึง การรวมกลุ่มทางสังคมที่เกิดจากการมีการศึกษา การมีวัฒนธรรมที่ดี การมีศีลจะมีความซื่อสัตย์สุจริต การมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม การมีประสิทธิภาพในการทำงาน การมีระบอบราชการและการเมืองที่ดี ซึ่งคำว่าทุนทางสังคม นี้ใกล้เคียงกับคำว่าสังคมเข้มแข็ง (ประเวศ วะสี, 2544, น. 36-37) ทุนทางสังคมจึงเป็นการพูดถึงความสัมพันธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความสามัคคี ความเอื้ออาทรต่อกัน เกิดความไว้วางใจกัน และเกิดความร่วมมือในลักษณะกลุ่มทางสังคม (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552, น. 31) หรือเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ในการใช้ประโยชน์ของความสัมพันธ์ที่มีอยู่ ไปสร้างความสัมพันธ์หรือเครือข่ายความสัมพันธ์เพิ่มเติมเพื่อประโยชน์ในกิจกรรม คนที่มีสถานภาพทางสังคมสูงอยู่แล้วมักสร้างเครือข่ายกับกลุ่มคนที่มีสถานภาพสูงเช่นเดียวกัน และกลุ่มคนที่มีสถานภาพต่ำจะสร้างเครือข่ายกับคนที่มีสถานภาพสูงกว่าได้น้อยกว่าทุนทางสังคมจึงต่างกัน (จามะรี เชียงทอง, 2549, น. 160-161) ความคิดเรื่องทุนทางสังคมมีความเชื่อมโยงกับประชาสังคมคือ กลุ่มใดหรือสังคมใดมีทุนทางสังคมสูงก็จะส่งผลให้เกิดประชาสังคมที่เข้มแข็ง ช่วยกันทำงาน รักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม และต้านทานการแทรกแซงจากภาครัฐหรืออิทธิพลทางการตลาดได้ดี Robert Putnam ผู้นำแนวคิดทุนทางสังคมปัจจุบันมองว่าทุนทางสังคมมีลักษณะสำคัญ 3 ด้าน คือ

- (1) เครือข่าย
- (2) ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี
- (3) ความวางใจซึ่งกันและกัน

ทั้ง 3 ด้านนี้จึงสามารถทำให้สมาชิกของกลุ่มปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อวัตถุประสงค์บางประการ (ธีรยุทธ บุญมี, 2547, น. 142-143)

กลุ่มทางสังคม เป็นกลุ่มคนที่มีการติดต่อสัมพันธ์กัน มีการกระทำระหว่างกันทางสังคมอย่างมีระเบียบแบบแผน และมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ของการกระทำระหว่างกลุ่มกับกลุ่มสังคมดังนี้

- 1) การกระทำตามบรรทัดฐานของกลุ่ม หรือกระทำตามบทบาททฤษฎีของสังคม

2) ผู้ที่มีความสนใจที่คล้ายคลึงกัน หรือมีความรู้สึกเด่นชัดเหมือนกันจนได้สร้างแบบแผนความสัมพันธ์เฉพาะกลุ่มที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างผู้เป็นสมาชิกหรือผู้ไม่เป็นสมาชิกและความแตกต่างของกลุ่ม

3) ความคงทนของกลุ่มขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของการกระทำระหว่างกัน ดังนั้นถ้าสมาชิกไม่ต้องการกลุ่มและไม่มีการกระทำระหว่างกัน กลุ่มจะสิ้นสุดลง (อาไฟ หมื่นสิทธิ์, 2553, น. 82-86) การจะนำทุนทางสังคมมาสู่การกระทำที่เที่ยงนั้นคงต้องส่งเสริมความเป็นไทยที่เน้นการมีส่วนร่วมหรือความสามัคคีแบบไทยๆ ที่ไม่ได้คำนึงถึงผลประโยชน์แต่เป็นการกระทำด้วยจิตใจที่ดีงาม

2.2 ฐานคิดของเครือข่ายเพื่อการพัฒนาสังคม

เครือข่ายมุมมองสังคมมนุษย์ ในมิติที่มนุษย์สัมพันธ์กันเอง สัมพันธ์กับธรรมชาติ โลกจักรวาล และสัมพันธ์กับศาสตร์ทางการศึกษาต่างๆ เช่น สังคมวิทยา สารสนเทศ รัฐศาสตร์ มนุษย์วิทยา และมุมมองของพระพุทธศาสนาที่มีความสัมพันธ์ในสังคม โดยเฉพาะเครือข่ายทางสังคมเพื่อการพัฒนาจากฐานคิด (พระมหาสุทิตย์ อาภากร (อบอูน), 2548, น. 8-34) ดังนี้

1) เครือข่ายคือ ธรรมชาติที่แท้จริงของสรรพสิ่ง ที่เป็น “ระบบ” และภายในตามธรรมชาติเป็นระบบเปิด โดยมีความสัมพันธ์กับระบบอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง มีความเป็นอิสระต่อกันและมีลักษณะเป็นความไร้ระเบียบที่ถูกมองในภาพรวมแต่มีการจัดการตนเองซึ่งความไร้ระเบียบก่อให้เกิดความเป็นระเบียบ เครือข่ายจึงสามารถอธิบายถึงระบบความสัมพันธ์ของวิถีชีวิต ธรรมชาติ และปรากฏการณ์ทางสังคม

2) เครือข่าย เป็นความสัมพันธ์เชิงกระบวนระบบ จากทฤษฎีกระบวนระบบที่กล่าวว่า ทุกอย่างสัมพันธ์กันและตั้งอยู่บนพื้นฐานของระบบที่มีความซับซ้อน ภายใต้เงื่อนไขของบริบทนั้นๆ ความสัมพันธ์เชิงกระบวนระบบ จึงเกิดขึ้นจากการมองสรรพสิ่งเป็นองค์รวมที่ผสานสรรพสิ่งเข้าเป็นหนึ่งเดียว เป็นกระบวนระบบที่เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง มีโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ และมีปฏิริยาสัมพันธ์ในการสร้างภาระหน้าที่ต่อกัน เพื่อให้เกิดการดำรงอยู่ของสิ่งนั้นๆ อย่างมั่นคง

3) เครือข่าย เป็นโครงสร้างที่ออกแบบและโครงสร้างตามธรรมชาติ เป็นสิ่งที่ไม่ได้มีการกำหนดเป็นแบบแผนว่าจะเป็นโครงสร้างที่ออกแบบ ซึ่งจะเหมือนกับเครื่องจักร เช่น องค์ประกอบของรถยนต์ การขับเคลื่อนของรถยนต์ หรือโครงสร้างของหน่วยงานของภาครัฐ ส่วนโครงสร้างตามธรรมชาติ เช่น ลวดลายของดอกไม้ โครงสร้างของต้นไม้กิ่งไม้ หรือโครงสร้างที่เกิดขึ้นในชุมชนแนวปฏิบัติหรือในสถานการณ์ที่มีได้ออกแบบไว้ เช่น ไทยมุง ดังนั้น โครงสร้างที่ออกแบบและโครงสร้างตามธรรมชาติที่โผล่ปรากฏขึ้นมาจากการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ นวัตกรรมใหม่ อันจะเป็นฐานคิดที่สำคัญของเครือข่าย ที่อธิบายถึงกระบวนกรสร้างภาระหน้าที่ของตนเองและเครือข่าย

4) เครือข่าย เป็นระบบความสัมพันธ์ในสังคมมนุษย์ เป็นกระบวนการความสัมพันธ์ทั้งในแง่ของการแข่งขัน ชัดแย้ง ต่อสู้ การพึ่งพาอาศัย และการช่วยเหลือเกื้อกูล หรือมีขนาดและรูปแบบความสัมพันธ์ที่แตกต่างและหลากหลาย ซึ่งความสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์และความเป็นเครือข่ายที่เกิดขึ้นคือ

4.1) ความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม เป็นกระบวนการความเชื่อของชุมชนเป็นฐานความคิดของการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายทางสังคม ที่เกิดการยอมรับในคุณค่าและความหมาย ที่จะนำไปสู่การ

จัดการชุมชนและเครือข่าย ในลักษณะของความเกื้อกูลและการไว้วางใจ ซึ่งเป็นผลให้เกิดระเบียบแบบแผนและการพัฒนาที่ต่อเนื่องของชุมชน แล้วสามารถขยายเชื่อมโยงกันเป็น “เครือข่ายทางสังคม” ที่มีความแตกต่างและหลากหลายตามสภาพแวดล้อม

4.2) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เป็นความสัมพันธ์ที่ตั้งอยู่บนรากฐานแห่งความไม่เท่าเทียมในการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เป็นความสัมพันธ์แบบผู้อุปถัมภ์กับผู้ได้รับการอุปถัมภ์ ที่มีความสัมพันธ์ลักษณะ “เจ้า” “นาย” และ “ไพร่” ที่มีมานานในสังคมไทยแต่ในปัจจุบันอาจไม่มีให้เห็นชัดเจนแต่ยังฝังลึกอยู่ในจิตใจของคนรุ่นเก่า ความสัมพันธ์เชิงอำนาจเป็นการครอบงำในด้านสิทธิและผลประโยชน์ รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันให้กับกลุ่มต่างๆ องค์กรมีการปรึกษาหารือ ส่งเสริมพัฒนาทำให้เกิดเครือข่ายเชิงอำนาจที่มีความประนีประนอมมากกว่า จะทำให้เกิดความเท่าเทียมกันในสังคม กระบวนการนี้บางเครือข่ายก็ต้องการให้เกิดขึ้นเพราะรัฐจะได้เข้ามาเสริมสร้างองค์กรภาคประชาชนให้เป็นองค์กรจัดตั้งเพื่อผลประโยชน์มากกว่าการสร้างคุณค่าและความหมายของกิจกรรมในเครือข่าย

4.3) ความสัมพันธ์ในกระบวนการเรียนรู้ ในการขับเคลื่อนสังคมสมัยใหม่ มีแนวโน้มที่จะใช้ฐานความรู้และปัญญาในการขับเคลื่อนทางสังคม ซึ่งมีความสำคัญต่อการขยายแนวคิดและกระบวนการทำงาน เพื่อสร้างความรู้ใหม่ วิธีการใหม่ และปัญญาในการจัดการความสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะความเป็นมิตรภาพ ความเป็นหุ้นส่วนแห่งความสำเร็จ และการพึ่งพาอาศัยของสังคม

5) เครือข่ายคือ การขยายผลและการเติบโตอย่างมีพลัง กระบวนการทำงานเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องคือการเติบโต การคัดสรร และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง การหมุนเวียนเปลี่ยนถ่ายก่อให้เกิดการดำรงอยู่ที่มั่นคง การขยายผลและการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นกระบวนการหนึ่งของเครือข่าย ที่เป็นทั้งกระบวนการเรียนรู้ การปรับตัว และการประสานผลประโยชน์ที่จะพึงได้รับบนความสามารถในการจัดการของทุกฝ่าย ซึ่งการขยายผลนั้นจะต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมในการทำงานเชิงปฏิสัมพันธ์ ในลักษณะของการให้ข้อมูลทางเลือกเพื่อการตัดสินใจที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไทยคงเป็นไทยอยู่ได้จากความสามัคคีของคนในชาติที่รวมตัวกันต่อสู้เพื่อความเป็นชาติไทยอย่างประวัติศาสตร์ค่ายบางปะจัน ซึ่งในปัจจุบันสังคมไทยมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชุมชน เป็นสมาคม เป็นเครือข่ายหรือแบบอื่นๆของการรวมตัวเพื่อการพึ่งพาอาศัยกัน และกัน จากที่ผ่านมามองเห็นถึงรูปแบบของเครือข่ายที่สามารถแยกได้ 2 ลักษณะคือ

- (1) เครือข่ายแบบไม่เป็นทางการ ไม่มีโครงสร้างและระเบียบวินัยที่ชัดเจน
- (2) เครือข่ายแบบมีโครงสร้าง มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

จากที่ผ่านมามาสมาคมหรือเครือข่ายอาจค่อนข้างอ่อนแอจากการขาดความชัดเจนในโครงสร้างหน้าที่ และไม่มีระเบียบวินัยในการควบคุมแต่บางสมาคมหรือเครือข่ายมีความเข้มแข็งจากการจัดระเบียบการบริหารจัดการที่ดี มีการให้รางวัลและการลงโทษสมาชิกในเครือข่าย การสร้างเครือข่ายเรื่องจิตสำนึกแห่งความเป็นไทยถือว่าสำคัญ แต่ปัญหาเครือข่ายก็จะมีเรื่อง “ผู้ขอโดยสาร” หรือ “กาฝาก” ที่เกิดขึ้นซึ่งจะทำให้เครือข่ายที่ไม่มีระบบจะอ่อนแออย่างมากไม่สามารถที่จะระดมทรัพยากรจากภายนอกเข้ามาเป็นพลังในขบวนการทางสังคม แต่เครือข่ายไหนมีความชัดเจนในหน้าที่

และมีผู้นำที่ให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนเครือข่ายให้สามารถดำเนินกิจกรรมในการระดมทรัพยากรในขบวนการทางสังคมมีการพึ่งพาอาศัยกันโดยมีกลไกภายในคอยคุม ประกอบด้วย

- 1) เป้าหมายชัดเจน เช่น เรื่องความสมัครสมานสามัคคีในสังคมไทย
 - 2) วัตถุประสงค์ เป็นที่ยอมรับของสมาชิก เช่น เป็นช่องทางในการพึ่งพาอาศัยกัน เป็นช่องทางวิธีการในการสื่อสาร เป็นองค์กรเพื่อการจัดการทรัพยากรของสังคม
 - 3) วิธีการ มีอิสระ เสรีภาพ เป็นธรรม สามารถกำหนดเงื่อนไขข้อกำหนดต่างๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติได้จริงสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนในสังคม
 - 4) บุคลากรที่จะทำงานต้องทำงานด้วยใจ โดยเฉพาะผู้นำ (ไม่ควรตั้งผู้นำด้วยความให้เกียรติเกรงใจ) จะไม่เกิดกระบวนการในการทำงาน (มณีมีย์ ทองอยู่, 2557, น. 65)
- การสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งจะเป็นแหล่งที่มาของทรัพยากรหลายประเภทที่สามารถดึงมาสร้างกระบวนการทางสังคมส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดเข้มแข็งอย่างยั่งยืนได้

2.3 พลังเครือข่ายทางสังคม

เครือข่ายทางสังคมหมายถึง ความสัมพันธ์ในสังคมมนุษย์ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม และกลุ่มกับเครือข่าย โดยเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมและความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ เช่น กิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฯลฯ (พระมหาสุทิตย์ อากาศโร (อบอุณ), 2548, น. 6) หรือเครือข่ายทางสังคมเป็นช่องทางที่มีความสัมพันธ์ร่วมกับจุดยืนส่วนตัว ซึ่งเป็นเสมือนพื้นที่ภายในสังคม วัฒนธรรมหนึ่งและหลายๆ พื้นที่สังคมวัฒนธรรม (ชินสัคค สุวรรณอัจฉริย, 2549, น. 12)

เครือข่ายทางสังคมมุ่งเน้น การสานต่อในการสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ ความรู้ใหม่ หรือสังคมใหม่อย่างเป็นกระบวนการ วิธีการ และกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนทางสังคม ที่แสดงถึงรูปแบบความสัมพันธ์ภายใต้เงื่อนไขที่ปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กร เครือข่ายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นด้วยกระบวนการและกิจกรรมในสังคม (พระมหาสุทิตย์ อากาศโร (อบอุณ), 2548, น. 36-46) ประกอบด้วย

- 1) เครือข่ายมีนัยคุณค่าแห่งความสัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ ในสังคมที่มีสายใยของความสัมพันธ์ทางสังคม มีความเป็นเอกภาพ มีพลังความยึดโยง และสนับสนุนเกื้อกูลกันและกัน คล้ายกับเทคโนโลยี ที่สายใย เชื่อมโยงความสัมพันธ์ และการสื่อสารของผู้คนต่างๆ ในสังคม โดยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และระบบการสื่อสารผ่านวิทยุ โทรศัพท์ โทรทัศน์ จะมียุทธศาสตร์ในการสร้างเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ เมื่อสมาชิกในเครือข่ายมารวมตัวกันโดยไม่จำกัดเชื้อชาติ ศาสนา เผ่าพันธุ์ วัย และฐานะทางเศรษฐกิจ การรวมตัวอาจจะเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่คือเครือข่ายประชาสังคมที่กลับมาพัฒนาสิ่งใหม่ให้เกิดความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม ที่มีความอิสระจากการตลาด การครอบงำจากภาครัฐ หรือจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งโดยมิสามารถดำเนินงานด้วยตนเองได้ รูปแบบของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมจะมีเครือข่ายโยงใยและกว้างขวาง เพื่อมุ่งหาข้อยุติหรือหาหลักการร่วมมือกัน เพื่อสร้างวิถีชีวิตแบบประชาธิปไตยที่เข้มข้น และมีที่ว่างสำหรับความแตกต่าง หลากหลายและสิทธิในการรับรู้ของภาคประชาชน ดังนั้น เครือข่ายจึงเป็นองค์กรในการจัดการกิจกรรมของมนุษย์ชาติรูปแบบใหม่โดยมีการสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่

สำคัญสำหรับสังคมเครือข่าย เพื่อการรับรู้ เกิดการสร้างแรงบันดาลใจให้บุคคลร่วมมือ และค้นหาเป้าหมายร่วมกัน และเป็นแนวทางที่ทำให้สมาชิกเครือข่ายมีโอกาสเรียนรู้ ความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมของกันและกัน จนเกิดการขยายความสัมพันธ์

2) เครือข่ายมีนัยแห่งการประสานความร่วมมือ เพื่อให้เกิดความรู้ กระบวนการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงใหม่ ความร่วมมือจึงมีความสำคัญในเรื่องเครือข่ายต่างๆ ที่จะเปิดรับมีข้อตกลงร่วมกันในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกันในการระดมทรัพยากร กระบวนการ ความรู้ และวิธีการต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ

3) เครือข่ายนัยภารกิจและกระบวนการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กระบวนการมีส่วนร่วม และกระบวนการกลุ่มที่เป็นการระดมทรัพยากรในการสร้างพลังและอำนาจในการต่อรองให้สูงขึ้น จะเป็นภาพสะท้อนภารกิจชั่วคราว แต่ก็ทำให้เห็นถึงกระบวนการขับเคลื่อนทางสังคม ซึ่งจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์เป้าหมายของเครือข่ายและความสัมพันธ์ที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้

หัวใจสำคัญของเครือข่ายทางสังคม อยู่ที่กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารกันเป็นประจำ พัฒนาไปสู่การสานความสัมพันธ์ในเชิงคุณภาพ การวางแผนดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน ด้านหนึ่งก็ช่วยเหลือเยียวยาความซ้ำซ้อน อีกด้านหนึ่งทำให้กิจกรรมเหล่านั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการประสานพลัง การใช้ทรัพยากร การใช้พลังงานอย่างประหยัด โดยเฉพาะการรณรงค์ทางสังคมต่างๆ รูปแบบการทำงานเป็นเครือข่ายจะได้ผลดีมากกว่า การสร้างและบริหารเครือข่ายในยุคปัจจุบัน (พลเดช ปิ่นประทีป, 2556)

องค์ประกอบของเครือข่าย (พระมหาสุทิตย์ อาภากร (อบอุณ), 2548, น. 48-34) ประกอบด้วย

1) สมาชิกเครือข่าย ที่สร้างระบบปฏิสัมพันธ์ ซึ่งจะมีการดำเนินการสานต่อเพื่อหาแนวร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้สามารถอยู่ร่วมกัน

2) มีเป้าหมาย เป็นสิ่งที่สมาชิกต้องความมุ่งมั่นร่วมกัน เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นเครือข่าย

3) มีจิตสำนึกกร่วม ในการกระทำหน้าที่ เป็นสิ่งที่สมาชิกต้องมีจิตสำนึกต่อส่วนรวม และมีการกระทำต่อกันด้วยจิตสำนึกที่ดี ด้วยเมตตาเสียสละในการแก้ปัญหาโดยไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตน รวมถึงแสวงหาแนวร่วมจากเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จนเป็นเครือข่ายที่สมาชิกมีความไว้วางใจต่อกัน

4) การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยน เป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ในการสร้างกิจกรรม เพราะการมีส่วนร่วมทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกจะหนุนเสริมให้เครือข่ายมีพลังมากขึ้น และการมีส่วนร่วมจะทำให้สมาชิกมีความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายซึ่งจะทำให้ทุกฝ่ายหันหน้าเข้าหากันและพึ่งพากันมากขึ้น ส่วนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็มีความสำคัญที่จะนำไปสู่การให้และการรับ รวมถึงการระดมทรัพยากรเพื่อภารกิจ

5) ระบบความสัมพันธ์และการสื่อสาร เป็นองค์ประกอบที่ต้องนำไปสู่ข้อมูลและการสื่อสารระหว่างกัน ตั้งแต่ปัจเจกบุคคลกับปัจเจกบุคคล กลุ่มกับกลุ่ม หรือเครือข่ายกับเครือข่าย รวมทั้งระบบการสื่อสารในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยกระบวนการสื่อสารนั้นจะทำให้สมาชิกเกิดการรับรู้ เกิดการยอมรับในกระบวนการทำงาน และช่วยรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน ซึ่งสัมพันธ์ภาพที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเพราะถ้าระบบไม่ได้รับการตอบสนองหรือขาดการติดต่อแล้ว

ความเป็นเครือข่ายก็จะอยู่ในสถานะที่เสื่อมถอย ดังนั้น การพัฒนาระบบเครือข่ายจะต้องยึดหลักการของความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โดยมีกิจกรรมและข้อมูลเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อน ทั้ง 5 องค์ประกอบมีความสำคัญที่ต้องมีความเชื่อมโยงกันและจำเป็นต้องเสริมสร้างความเป็นเครือข่ายซึ่งมีหลักการที่สำคัญ 3 ประการคือ

- (1) สถานการณ์ปัญหาและสภาพแวดล้อม
- (2) การสร้างพื้นที่ทางสังคม
- (3) การประสานผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม

ความสำคัญขององค์ความรู้เครือข่ายทางสังคม (ชินสัคค สุวรรณัจฉริย, 2549, น. 15-18) ประกอบด้วย

1) เกิดการปรับตัวที่มีเหตุผลบนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด คือการใช้ทรัพยากรที่มีเหตุผล จากส่งเสริมทุนทางสังคมที่เป็นทรัพยากรสามารถให้เครือข่ายเข้าถึงได้

2) เกิดการแพร่กระจายของการนำเอาเครือข่ายมาใช้ในทางปฏิบัติ เช่น ในรูปของการถ่ายทอดประสบการณ์ ช่วยทำให้เกิดการทำงานที่คล่องตัวสามารถช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และเป็นช่องทางของข้อมูลข่าวสาร

3) สร้างความน่าเชื่อถือ ช่วยทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ที่ง่ายและสะดวก สร้างหลักประกันความเสี่ยงในการตัดสินใจหรือเข้าร่วมกิจกรรม ความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ทำให้รู้สึกปลอดภัย

4) เป็นช่องทางในการระดมทรัพยากร เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย จากปัจจุบันที่สามารถช่วยเหลือกันนั้นสามารถกำหนดบทบาทจากความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น

5) สามารถกำหนดความเป็นอิสระของกลุ่มตนเองและสามารถต่อรองในเรื่องการกระจายอำนาจและทรัพยากร

6) เป็นแนวร่วมใหม่ที่ช่วยแก้ไขปัญหาในกรณีที่ภาครัฐไม่มีประสิทธิภาพในการจัดการ เนื่องจากความสัมพันธ์ส่วนตัวที่สามารถสร้างเครือข่ายให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญที่จะแสดงอิทธิพลและนำมาสู่การตัดสินใจร่วมกัน

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม คณะผู้วิจัยสรุปว่า เครือข่ายเป็นความสัมพันธ์ของคนในสังคมที่อาจมีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มทุนทางสังคมในการใช้ประโยชน์ร่วมกันจากความสามัคคี ความเอื้ออาทรต่อกัน ความไว้วางใจ และเกิดความร่วมมือเพื่อการขับเคลื่อนสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยได้จากวัฒนธรรม ประเพณีที่สามารถรวมคนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม ติดต่อประสาน เชื่อมโยงช่วยเหลือกัน ตามลักษณะของความเป็นคนไทยที่เปลี่ยนไปด้วยความเมตตา โอบอ้อมอารี มีไมตรีช่วยเหลือกันและกัน ซึ่งเครือข่ายจะส่งผลให้เกิด การปรับตัวของสังคม การนำเอาเครือข่ายไปใช้ในทางปฏิบัติ ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ สามารถระดมทรัพยากร ภายใต้ความมีอิสระในการเป็นแนวร่วมทำให้สังคมเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนด้วยเครือข่าย ซึ่งสามารถพัฒนาไปสู่เครือข่ายด้านการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดความยั่งยืน

3. แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บนพื้นฐานความเป็นไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศชาติ การท่องเที่ยว นอกจากทำให้เกิดการเรียนรู้แล้ว ยังทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่สังคมท้องถิ่นจากสินค้า บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ตามวิถีความเป็นไทยอันจะถูกจำหน่ายจ่ายแจกสู่นักท่องเที่ยวด้วยความรักและเมตตา การท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องทำให้สังคม ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวต้องเกิดความรู้ความเข้าใจในการให้บริการด้วยหัวใจ และเข้าใจในบทบาทที่สำคัญของการท่องเที่ยว

3.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ซึ่งจะเกิดการแลกเปลี่ยนตั้งแต่ ณ จุดเริ่มต้นไปถึงปลายทาง โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย การเดินทาง การพักค้างแรมหรือชั่วคราว และการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ให้ความหมาย การท่องเที่ยวว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลประกอบด้วย การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว การเดินทางจะต้องมีความสมัครใจ และวัตถุประสงค์การเดินทางจะต้องมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งต่อมาองค์กรดังกล่าวได้เปลี่ยนเป็นองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้เสนอนิยามการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อให้ทุกประเทศทั่วโลกนำไปใช้อย่างเดียวกันว่า การท่องเที่ยวคือการเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร (นิศา ชัชกุล, 2555, น. 2-3)

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ตามมาตรา 4 ให้ความหมายของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่า เป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายใน และภายนอกราชอาณาจักรโดยมีค่าตอบแทนและรวมถึงการดำเนินงานเป็นธุรกิจดังนี้

- (1) ธุรกิจนำเที่ยว
- (2) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
- (3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- (4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- (5) ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว

(6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือ การดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมาย เพื่อชักจูงหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 26) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะผลิตบริการที่ไม่มีตัวตนมากกว่า โดยปรากฏให้เห็นถึงลักษณะคุณค่าทางจิตใจที่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ มีความสุข มีความประทับใจ เป็นต้น (รัฐชญา มณีเนตร, 2553, น. 6)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามความหมาย มาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้ให้ความหมายไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือธุรกิจท่องเที่ยวหมายถึง

อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรโดยมีค่าตอบแทน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555, น. 250) หรือถ้าพิจารณาเฉพาะจากความหมายคำว่า อุตสาหกรรม คือการประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องใช้แรงงานและทุนมาก รวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมีระบบ ด้านการพาณิชย์หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่งที่มีองค์ประกอบของการจัดการในอุตสาหกรรม 3 องค์ประกอบซึ่งพิจารณาเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (นิศา ชัชกุล, 2555, น. 8) ประกอบด้วย

1) ปัจจัยนำเข้า คือ วัตถุดิบ ที่เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สามารถดึงดูดหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาชมซึ่งประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา และศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมที่จังหวัดต่างๆ จัดขึ้น เช่น งานพระนครคีรี จังหวัดเพชรบุรี งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

2) กระบวนการผลิต คือส่วนประกอบเพื่อการท่องเที่ยวหลายภาคส่วนประกอบด้วย ภาคเอกชน เพื่อการประกอบธุรกิจ เช่น ธุรกิจการคมนาคม ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจการอาหาร เครื่องดื่ม ประเภทภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดประชุม การกีฬา สถาบันเท็งเรียมย์ ภาครัฐ ทำหน้าที่เพื่อการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น คณะรัฐบาล ส่งเสริมการลงทุน โครงสร้างพื้นฐาน หรือออกกฎหมายปรับปรุงที่เอื้อต่อการลงทุน หน่วยงานของรัฐ เช่น ททท., ตรวจคนเข้าเมือง(ตม.) และตำรวจท่องเที่ยว

3) ผลผลิต คือสินค้าและบริการต่างๆ ที่พร้อมจำหน่ายแจกขายให้นักท่องเที่ยว เช่น การขนส่งทางอากาศ รถยนต์ เรือ ที่พักโรงแรม อาหารจากภัตตาคาร กิจกรรมนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าของที่ระลึก การจัดประชุม ร้านค้าปลอดภาษี กีฬา สวนสนุก แหล่งบันเทิงต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูงใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน การจัดการ การควบคุม การตลาด และการครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อมซึ่งจำเป็นต้องใช้องค์ประกอบของการจัดการในอุตสาหกรรม (นิศา ชัชกุล, 2555, น. 6-7) ส่วนธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการดำเนินกิจกรรมบริการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านที่พักแรม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านของฝากของที่ระลึก และบริการด้านการนำเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อันทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555, น. 250) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหวังผลกำไร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการที่มีผลต่อเศรษฐกิจของชาติ ส่งเสริมอุตสาหกรรมหลักที่เกี่ยวพันภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแรม ด้านภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึก ด้านการขนส่งการนำเที่ยว รวมถึงหน่วยงานของรัฐบาล รัฐวิสาหกิจหรือเอกชนที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว (นิศา ชัชกุล, 2555, น. 5-6)

3.2 บทบาทการท่องเที่ยวที่สำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรม (นิตยา ชัชกุล, 2555, น. 62-63)

3.2.1 บทบาทการท่องเที่ยวที่สำคัญต่อสังคม ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ให้เกิดสันติภาพ มิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของสถานที่และผู้มาเยือน และสร้างความสามัคคีของคนในประเทศ มีการไปมาหาสู่ พบปะทำความเข้าใจทำความรู้จักกัน

2) ส่งเสริม อนุรักษ์ แก้ไขบำรุงรักษา ให้เกิดการพัฒนาสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นดียิ่งขึ้น โดยแก้ปัญหาความสกปรก ความเสื่อมโทรม ความไม่ปลอดภัย จึงเกิดการสอดส่องดูแลเพื่อให้เกิดความประทับใจในการมาใช้บริการ

3) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองและชนบท ช่วยจัดการเคลื่อนย้ายอพยพแรงงานเข้ามาทำงานในเมืองหรือเสี่ยงโชคในเมืองหลวง จากการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น การศึกษาวิถีชีวิต ท่องเที่ยวบ้านถ้ำรงค์ ในจังหวัดเพชรบุรี หรือการไหว้พระทางน้ำ 9 วัด จังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงการสร้างสถานที่พักผ่อนในแต่ละจังหวัด

4) ช่วยให้ประชาชนรู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในการผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ ในรูปแบบสินค้าพื้นเมือง อาหาร ของที่ระลึก ใช้เวลาที่เน้นประโยชน์ในการหาอาชีพเสริมเพื่อหารายได้เพิ่ม

5) ส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของตน เพื่อช่วยกันอนุรักษ์ และรักษาความเป็นเอกลักษณ์มรดกของชาติไทย ในเรื่องการมีมิตรไมตรี เช่น การต้อนรับตามประเพณี การไหว้ การมีน้ำใจช่วยเหลือกันและกัน การยิ้มต้อนรับ การจัดเทศกาลประเพณีต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยว

3.2.1 บทบาทการท่องเที่ยวที่สำคัญต่อวัฒนธรรม การท่องเที่ยวมีผลต่อวัฒนธรรมเพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งรวมได้ว่ามีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ดังนั้น นักท่องเที่ยวอาจไม่รู้วัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวที่แท้จริงจากการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวกันมากขึ้น วัฒนธรรมการท่องเที่ยวจึงเกิดการเลียนแบบหรือเกิดการแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวต้องมีส่วนร่วม ประกอบด้วย

1) เจ้าของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่นต้องช่วยกันรักษา ค่านิยม ทัศนคติ และเข้าใจการประพฤติปฏิบัติตามวัฒนธรรมของท้องถิ่น เช่น ค่านิยมที่ถูกตัดองทางการบริโภค อาหารเครื่องดื่มพื้นเมือง การแต่งกาย

2) เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม ต้องรักษาคุณค่าของงานศิลปะดั้งเดิม รักษาคุณภาพสินค้าให้เหมาะสม

3) เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวต้องรักษาวัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี เพื่อการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมฟื้นฟูวิถีชีวิตพื้นเมือง อัตลักษณ์ของประเพณีการเล่นเทศกาลของท้องถิ่น หรือการเล่นพิธีกรรมที่สืบทอดกันมา

เมื่อเวลาผ่านไปหลายปี ประเทศไทยวิ่งไล่ตามประเทศที่พัฒนาแล้ว บทบาทที่รัฐส่งเสริมการเรียนรู้ทำแผนแม่บทของชุมชนไปสู่การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน การจัดการเรื่องการท่องเที่ยวใหม่ โดยจัดให้มีแผนแม่บท ที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม รวมไปถึงชุมชนท้องถิ่นต่างๆ ที่ต้องมีส่วนร่วมเพื่อการ

ท่องเที่ยวตั้งแต่ต้น ซึ่งต้องการการส่งเสริมมางบประมาณในการพัฒนาสาธูปโภคหรือพัฒนาสถานที่ แต่สิ่งสำคัญคือการคืนความเป็นธรรมชาติที่บริสุทธิ์ปลอดมลพิษ สุวิถีชุมชน (เสรี พงศ์พิศ, 2548, น. 98-99) การท่องเที่ยวไทยได้สื่อสารวิถีไทย สู่มลพิษโลกทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยากมาเที่ยวเมืองไทยเพราะภาพแห่งความสวยงามของสถานที่อันงดงามด้วยวัฒนธรรมไทย และรวมถึงชื่อเสียงของอาหารไทย นวดแผนไทย สปาไทย ที่เป็นเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยแม้ทุกวันนี้จะมีการผสมผสานความเก่าใหม่ทางวัฒนธรรมที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เพราะถ้าใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมอาจจะไม่เอื้อกับวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันแต่ก็ยังคงต้องให้ความสำคัญและประโยชน์ในการรักษาเอกลักษณ์ของความเป็นไทยไว้ด้วยความเข้าใจอย่างมีสติตามรูปแบบการประเพณีปฏิบัติที่ดั้งเดิมแบบไทยๆ เช่น การแสดงอภัยสัจยมตรี มีน้ำใจ และโอภาปราศรัย เช่น วัฒนธรรมที่ดั้งเดิมในการยิ้ม การไหว้ การกล่าวคำว่าสวัสดี การขอบคุณ และการแสดงความขอโทษ ซึ่งสามารถสร้างคุณค่า มูลค่าทางเศรษฐกิจของสังคมประเทศได้อย่างน่าภาคภูมิใจการท่องเที่ยว ตัวอย่าง ช่วงสงกรานต์ของทุกปีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีที่ยิ่งใหญ่และงดงาม เป็นพิธีที่เกิดขึ้นในวัด และชุมชนแต่กิจกรรมได้เปลี่ยนไปสู่สังคมวงกว้างเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการท่องเที่ยวและความบันเทิงที่อาจส่งผลกระทบต่อทัศนคติและความเชื่อเดิมที่จะรดน้ำ แต่พอดีเพื่อความชุ่มชื้นคลายร้อน มีขอพรจากผู้ใหญ่ มีการทำบุญและอุทิศส่วนบุญส่วนกุศลต่อบรรพบุรุษที่ล่วงลับ วันสงกรานต์จึงเป็นวันครอบครัวเพื่อกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัวและมิตรสหายที่อาจเรียกรวมกันได้ว่าวันแห่งความสามัคคีไทย (โพสท์ทูเดย์ ทีมงานโลก 360 องศา, 2558)

3.3 แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวสิ่งสำคัญเป็นเรื่องแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีการแบ่งแหล่งท่องเที่ยวได้ 7 ประเภท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549, น. 12-17) ประกอบด้วย

- 1) แหล่งท่องเที่ยวตามที่ตั้งเป็นจุดสนใจ ซึ่งมีทั้งแบบจุดและแบบกระจาย
- 2) แหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะการเกิด ซึ่งจะมีแหล่งที่เกิดเองตามธรรมชาติและมนุษย์สร้าง
- 3) แหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะกิจกรรม ซึ่งจะเน้นไปเพื่อการศึกษา ศาสนา พักผ่อนสุขภาพ ความสนุกหรือการผจญภัย และการกีฬา
- 4) แหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะของความเป็นเจ้าของ ซึ่งมีทั้งแบบรัฐบาลและเอกชนเป็นเจ้าของ
- 5) แหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งแหล่งท้องถิ่น ภายในประเทศและนานาชาติ
- 6) แหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะการพัฒนา ซึ่งจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือธรรมชาติที่มีการดัดแปลง หรือดัดแปลงก่อสร้างเพิ่มเติม
- 7) แหล่งท่องเที่ยวตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นการแบ่งเพื่อความสะดวกในการจากที่กล่าวมานำมาสู่การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ
 - (1) ประเภทธรรมชาติ
 - (2) ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ
 - (3) ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี และกิจกรรม

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) มี 2 ส่วน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555, น. 266) ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลัก เป็นสถานที่แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

(1) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

(2) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ

(3) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

2) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรอง เป็นส่วนเสริมธุรกิจท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากขึ้นด้วยการตอบสนองด้านคุณค่าคุณประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจ ความสะดวกสบาย คือ

(1) ธุรกิจคมนาคม การขนส่ง

(2) ธุรกิจที่พักแรม

(3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

(4) ธุรกิจบริการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์

(5) ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

(6) ธุรกิจจัดประชุม

(7) ธุรกิจแสดงนิทรรศการ

(8) ธุรกิจนันทนาการและบันเทิง ธุรกิจสวนสนุก ธุรกิจคอนเสิร์ต ธุรกิจการแสดงและการละคร

(9) ธุรกิจพิพิธภัณฑ์ และแกลลอรี่

(10) ธุรกิจการแพทย์ และสุขภาพ

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่กล่าวมาเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลัก เป็นเสมือนแม่เหล็กที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมา แต่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรองก็มีความสำคัญไม่น้อยกว่าผลิตภัณฑ์หลักเพราะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจสามารถทำให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำๆ จากประโยชน์ที่สนองความต้องการจนเกิดความพึงพอใจประทับใจ ซึ่งเรื่องนี้เป็นสิ่งสำคัญอันจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย

ความเป็นไทยมีความสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ผู้ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงต้องเข้าใจความเป็นไทยที่ประกอบด้วย ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ เมื่อก้าวถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวบนผืนแผ่นดินไทย มีศาสนาเป็นแหล่งสร้างศรัทธาจนเกิดประเพณีวัฒนธรรมอันงดงาม และพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์รวมใจให้เกิดความรักความสามัคคี ส่งเสริมสังคมตั้ง พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่พระองค์ทรงทำการใด สิ่งนั้นต้องได้ประโยชน์ในด้านสิ่งแวดล้อมอาชีพให้แก่ราษฎร และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว (รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2555) การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบสำคัญคือทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และการตลาด ซึ่งองค์รวมของการท่องเที่ยวมนุษย์จึงต้องสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่เป็น

ธรรมชาติและวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจตามจุดมุ่งหมาย การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนซึ่งถือได้ว่าการมีส่วนร่วม ของคนในสังคมถือเป็นเรื่องสำคัญ การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการที่ประชาชนในสังคมผู้มีส่วนได้เสียได้ มีโอกาสแสดงทัศนะ และเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อวิถีชีวิต รวมทั้งมีการนำความคิดเห็นดังกล่าวไปประกอบการพิจารณากำหนดเป็นนโยบายและการตัดสินใจของรัฐและผู้ที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสื่อสารในระบบเปิดทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อแบ่งสรรข้อมูลร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเป็นการเสริมสร้างความสามัคคี เพิ่มคุณภาพการตัดสินใจในสังคม ซึ่งการมีส่วนร่วมนั้นสามารถพัฒนาใช้รูปแบบประชาธิปไตยแห่งการสานเสวนาหาทางออกได้ (ถวิลวดี บุรีกุล, พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ และสตีธร ธนานิธิโชติ, 2555, น. 29) จากกระบวนการที่เปิดโอกาสสู่การค้นหาคำปรับเปลี่ยนจุดสนใจที่หลากหลายของการมาร่วมกันสร้างหรือปรับปรุง และทบทวนความต้องการที่แตกต่างกัน โดยควรมาพูดคุยกันในมุมมองที่หลากหลาย อันนำไปสู่ความเข้าใจร่วมกันและสู่การปฏิบัติร่วมกัน ช่วยเหลือกัน หาทางออกร่วมกันในการเดินทางไปสู่เป้าหมายอนาคตร่วมกัน (วันชัย วัฒนศัพท์ และถวิลวดี บุรีกุล, 2555, น. 12-14)

แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บนพื้นฐานความเป็นไทย คณะผู้วิจัยสรุปว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญกับประเทศไทย ที่ทำให้เกิดรายได้โดยมีการกระจายรายได้ไปสู่สังคมชุมชน เพื่อพัฒนาบทบาทการส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจตามวิถีแห่งศิลปะพื้นเมืองตามภูมิปัญญาที่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรองที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจจากการได้รับการตอบสนองเพื่อให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยที่มีศาสนาเป็นแหล่งสร้างศรัทธาทำให้เกิดประเพณีวัฒนธรรมอันงดงามในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และมีสถาบันพระมหากษัตริย์ศูนย์รวมแห่งความรักความสามัคคีที่เป็นการสร้างความเข้มแข็งทางศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งการเรียนรู้ของความเป็นไทยที่ทำให้เกิดกระบวนการร่วมคิด ร่วมแรง ร่วมใจในการพัฒนาแห่งท่องเที่ยวตามพื้นฐานความเป็นไทย

4. แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยว

การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นกระแสของสังคมโลกมานานแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 การประชุมสุดยอดว่าด้วยมนุษย์และสิ่งแวดล้อมขององค์การสหประชาชาติ ณ กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ที่เรียกร้องให้ประชาคมโลกหันมาสนใจสิ่งแวดล้อม และตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นอย่างฟุ่มเฟือย ในปี พ.ศ. 2535 จากการประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา ณ กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล ซึ่งประเทศไทยเป็นสมาชิกสหประชาชาติที่ได้ร่วมประชุมและลงนามรับรองปฏิญญาว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาตามแผนปฏิบัติการ 21 ซึ่งเป็นแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก และในปี พ.ศ. 2545 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน ณ กรุงโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งไทยได้ร่วมลงนามรับรองปฏิญญาโจฮันเนสเบิร์ก และแผนการปฏิบัติการโจฮันเนสเบิร์ก ที่เน้นให้หลายๆ ประเทศนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้กำหนดในแผนปฏิบัติการ 21 มาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมเพื่อ

การพัฒนาอย่างยั่งยืน ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาในศตวรรษที่ 21 จากข้อตกลงดังกล่าว ประเทศไทยได้นำมาบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) ในการปฏิรูปความคิดและคุณค่าใหม่ของไทย โดยให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม มุ่งหวังให้ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” และใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ต่อมาสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) มุ่งเน้น “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ควบคู่การพัฒนาแบบองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา มุ่งการพัฒนาแบบสมดุลทั้งด้านคน สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) มุ่งสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน” ภายใต้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ให้ความสำคัญต่อการนำทุนทางสังคม เศรษฐกิจ และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาใช้ประโยชน์อย่างบูรณาการและเกื้อกูลกันและเสริมสร้างให้เข้มแข็ง (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552, น. 31) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) มีแนวคิดที่มีความต่อเนื่องจากแนวคิดของแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 8 - 10 โดยยังคงยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ที่มุ่งให้ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” และ “สร้างสมดุลการพัฒนา” ในทุกมิติ แต่การประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าว และสร้างความมั่นใจว่าการพัฒนาจะเป็นไปในแนวทางที่ยั่งยืนและสร้างความสุข ให้กับคนไทย จำเป็นต้องพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในประเทศอย่างรอบด้านและวางจุดยืนการพัฒนาในระยะยาว ภายใต้วิสัยทัศน์ประเทศไทยปี พ.ศ. 2570 ซึ่งพิจารณาถึงบริบทการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และทุกภาคส่วนในสังคมไทยได้เห็นพ้องร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ปี พ.ศ. 2570 ไว้ดังนี้ “คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีมิตรไมตรีบนวิถีชีวิตแห่งความพอเพียงยึดมั่นในวัฒนธรรมประชาธิปไตย และหลักธรรมาภิบาล การบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่ทั่วถึงมีคุณภาพ สังคมมีความปลอดภัยและมั่นคง อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ดี เกื้อกูลและเอื้ออาทรซึ่งกันและกันระบบการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงานอยู่บนฐานทางเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองและแข่งขันได้ในเวทีโลก สามารถอยู่ในประชาคมภูมิภาคและโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี” (ราชกิจจานุเบกษา, 2554, น. 43) ซึ่งแผนนี้ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อประชาคมอาเซียนมาก

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลักดันให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ มีแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ

1) การฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เสื่อมโทรม พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และกระแสนิยมความต้องการของตลาดโลก เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศการท่องเที่ยวเชิงศึกษา เรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการค้าปลีกทางการตลาดรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและขยายไปยังตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ

2) บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพและเพียงพอ และบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งสาขาการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3) เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อยวิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาและเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องในพื้นที่ตามแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ พัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขตามกฎระเบียบใหม่ของโลก (ราชกิจจานุเบกษา, 2554, น. 106 - 109)

ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับเรื่องการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติ วัฒนธรรม และความคุ้มค่าด้านราคา ที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรพื้นฐาน ที่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ต่างจากภูมิภาคอื่น และมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนเชื่อมโยงสามารถพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยว (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554, น. 13-14) จาก การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่ต้องพัฒนาโดยเฉพาะด้านสังคม ต้องให้ความสนใจกับชุมชน มรดกทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพที่ปลอดภัย สะอาด มีการรักษา สภาพแวดล้อม

4.1 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กระแสการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านมากกว่า 25 ปีแล้ว ดังนั้นการท่องเที่ยวที่พัฒนาจะไม่เน้นเรื่องของการมีรายได้หรือกำไรเป็นหลัก แต่รูปแบบการท่องเที่ยวนั้นจะต้องส่งผลตอบแทนต่อสังคมและให้ผลตอบแทนกับสมาชิกของชุมชนแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงส่งผลให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นโดยมีหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ชนรรุจ มิ่งเมธาพร, 2559, น. ม.ป.ป.) คือ

(1) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องไม่ต่อต้านการเจริญเติบโตและการพัฒนาของชุมชน สังคม และประเทศ

(2) การท่องเที่ยวต้องอยู่กึ่งกลางระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์

(3) ที่ประเทศไทยไม่ประสบความสำเร็จนั้น เนื่องมาจากการไม่นำเอา Limitation มา คำนึงถึงข้อจำกัดทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

(4) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะต้องมีการจัดการและวางแผนที่เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยง ปัญหาที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์

(5) การกำหนดข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ว่าทำอย่างไรที่การท่องเที่ยวจะไปเข้าไปเบียดบังคนท้องถิ่น หรือสิ่งแวดล้อมในบริเวณนั้นจนมากเกินไป

(6) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงผลในระยะยาวมากกว่าในระยะสั้น

(7) ประเทศไทยมักจะนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ เป็นการเน้นปริมาณที่เป็นนักท่องเที่ยวกระแสหลัก หรือที่เป็น Mass Tourism

(8) ได้ผลประโยชน์ในระยะสั้นแต่มีผลกระทบในระยะยาว

(9) การบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องไม่มุ่งเน้นการจัดการสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว

(10) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

(12) การท่องเที่ยวทุกประเภทเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(13) ควรให้ความสำคัญกับความต้องการที่ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ แต่ต้องอยู่ภายใต้ความเสมอภาคและความยุติธรรมทั้งต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

จากที่กล่าวเป็นเรื่องที่สังคมยังขาดความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพราะบางแหล่งจะเน้นเพียงเรื่องการอนุรักษ์มากโดยไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องอื่นๆ ที่ต้องสร้างความเข้าใจให้เกิดการพัฒนา แต่หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพราะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องพัฒนาการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดความสมดุลอย่างถูกต้องเหมาะสมตามวัฒนธรรมไทยและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับประชาชนในพื้นที่และสังคม ดังนั้นการพัฒนาด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องตอบสนองพื้นฐานทางโครงสร้าง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยต้องมีการพัฒนาการใช้ทรัพยากรด้วยสติ ปัญญาอย่างชาญฉลาดสามารถใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป แต่ชุมชนก็ต้องมีการพิจารณาถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อรนะนุช โกศล และโชคชัย สุทธาเวช, 2556, น. 227) คือ

(1) ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

(2) วิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม และความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

(3) ทรัพยากร การท่องเที่ยวและธรรมชาติของชุมชนมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(4) เข้าใจ ตระหนักถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน

(5) การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

(6) ผลกระทบต่อชุมชน และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

(7) การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น การดำรงอยู่ของสังคมและการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการต่อท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของทรัพยากร โดยคำนึงถึงการป้องกันและการรักษาทรัพยากร

ร่วมกันเพื่อให้อนุชนรุ่นต่อไป โดยมีการพัฒนาทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว รักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของสังคม และระบบนิเวศทางธรรมชาติ ที่ส่งเสริมพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบและเคารพต่อพื้นที่ในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่าง ถูกต้อง เหมาะสมเป็นธรรมไปสู่แนวทางการอนุรักษ์เพื่อความยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายหรือความร่วมมือกันหลายฝ่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน จึงอาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อผู้เป็นเจ้าของ ทรัพยากรหรือท้องถิ่นในปัจจุบัน ซึ่งคำนึงถึงการป้องกันและสงวนรักษาทรัพยากรต่างๆ ไว้เพื่ออนุชน รุ่นต่อไป โดยการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว แต่ใน ขณะเดียวกันก็รักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศทางธรรมชาติให้คงอยู่ ซึ่งเป็นรูปแบบ การพัฒนาที่มีความรับผิดชอบและเคารพต่อพื้นที่ที่ทรัพยากรท่องเที่ยว โดยเน้นการใช้ประโยชน์ตาม แนวทางการอนุรักษ์เพื่อไปสู่ความยั่งยืนที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันหลายฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการมีส่วนร่วม อันจะส่งผลต่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยในระยะยาว (อรระนุช โกลล และ โชคชัย สุทธาเวช, 2556, น. 227)

4.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวมีการแบ่งรายสาขาเพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการและ การส่งเสริมดูแล (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554, น. 41) คือ

- (1) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย
- (2) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- (3) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์
- (4) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- (5) การประชุมและนิทรรศการ
- (6) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการ
- (7) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- (8) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
- (9) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay)

จากสาขาการท่องเที่ยวที่กล่าวมา ต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการตลอดเวลา ถึงจะเกิดความยั่งยืน แต่การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ หรือเชิงวัฒนธรรมถ้ามีการปลูกจิตสำนึกในการ ท่องเที่ยวด้วยประวัติศาสตร์น่าจะทำให้เกิดความยั่งยืน เพราะองค์ความรู้ของประวัติศาสตร์จะทำให้ นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงความเป็นมาของสถานที่ต่างๆ ได้อย่างลึกซึ้ง เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ตลอดจนวิเคราะห์พฤติกรรมผู้คนในอดีตที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล จะทำให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกต่อแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวจนเกิดความรู้ความเข้าใจและเกิด ความภาคภูมิใจในมรดกของชาติ (อดิศร ศักดิ์สูง, 2554, น. 96)

4.2.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยประวัติศาสตร์ เป็นเรื่องที่สำคัญในการ ดำเนินงานเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพร้อมๆ กับการรักษาทรัพยากรให้คงความ ดึงดูดใจและพัฒนาให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งยังขาดการศึกษาวิจัยที่จะนำ

ความรู้ทางประวัติศาสตร์ไปปลูกฝัง ส่งเสริม และสนับสนุนให้ประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์และผู้เกี่ยวข้องเห็นคุณค่า ประโยชน์สร้างสรรค์และมูลค่าเพิ่มจากประวัติศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อดิสร ศักดิ์สูง, 2554, น. 101-105) เช่น

1) การประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นฐานด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งต้องเน้นเรื่องความเข้าใจต่อชุมชน จะทำให้ชุมชนเติบโตด้วยจิตวิญญาณ ผู้นำนักแห่งความภาคภูมิใจในพื้นที่ ทรัพยากร เพื่อการพัฒนาให้ยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวในชุมชนตลาดร้อยปี อำเภอสามชูก จังหวัดสุพรรณบุรี

2) การประยุกต์ใช้ประวัติศาสตร์มุ่งส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความภาคภูมิใจ ความรัก ความหวงแหนในท้องถิ่น เพื่อทำให้ชุมชนเข้มแข็ง สามารถช่วยเหลือตนเองได้ มีความเกื้อกูลกันและกัน และมีความสำนึกรับผิดชอบต่อชุมชน เช่น ประวัติชุมชนบ้านนาจอก ตำบลญาติ อำเภอมือง นครพนม จังหวัดนครพนม

3) การประยุกต์ใช้สาระของประวัติศาสตร์มาเป็นแรงผลักดันหรือพลังสำคัญ ให้เกิดความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์กับท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การสร้างพระนครคีรี

4.2.2 แนวทางการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ มีความจำเป็นต้องดำเนินการดังนี้คือ

- (1) ออกกฎหมายคุ้มครอง ควบคุม เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทรงคุณค่าของประเทศ
- (2) หาทางป้องกันการลักลอบขโมยและทำลาย เนื่องจากเป็นสิ่งมีค่า
- (3) จัดหางบประมาณในการบูรณะซ่อมแซม เพื่ออนุรักษ์หลักฐานและร่องรอยทางประวัติศาสตร์ให้ดีที่สุด
- (4) จัดหาสถานที่เก็บโบราณวัตถุ เนื่องจากมีค่าทางประวัติศาสตร์และป้องกันการถูกโจรกรรม
- (5) การดูแลรักษาความสะอาด เพราะถ้าสถานที่สกปรกจะไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยว
- (6) จัดทำผังเมืองให้เหมาะสม เนื่องจากประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุมีความสำคัญ จึงไม่ควรมียสิ่งปลูกสร้างใดๆ มาบดบังความสวยงาม

จากที่กล่าวมาแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญที่คนไทยควรได้ท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้ เกิดความภาคภูมิใจในความเป็นคนไทย และปรับพื้นฐานความเป็นไทยให้เข้มแข็ง

4.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน อันแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวิเวศ และการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ รวมทั้งการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พิจาริณี โล่ห์ชัยะกุล, ม.ป.ป.) จะมีรูปแบบที่เป็นกระบวนการ (Process) โดยมีชุมชนเป็นหลักในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้ชุมชนสามารถมีสิทธิ์ มีเสียงในการกำหนดกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ วิธีการท่องเที่ยว สถานที่หรือเขตที่ให้นักท่องเที่ยวใช้บริการ ไม่ให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเป็นอนุรักษ์ เขตหวงห้าม หรือกำหนดว่าช่วงไหนท่องเที่ยวได้ ช่วงไหนไม่ให้ท่องเที่ยวซึ่งชุมชนจะมีสิทธิในการบริหารจัดการ เช่น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ด้านที่มักจะปรับรูปแบบไหนก็ได้แต่สิ่งสำคัญคือ คนในท้องถิ่นจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการ

บริหารจัดการ และเกิดกระบวนการกระจายรายได้ในแต่ละชุมชน ด้านอาหารท้องถิ่น ชาวบ้านต้องนำอาหารท้องถิ่นมาให้นักท่องเที่ยวบริโภค แต่ในกระบวนการผลิตต้องถูกสุขลักษณะและมีการปรับรสชาติ ให้นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคได้ โดยให้เสน่ห์ของอาหารนั้นคงอยู่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องอยู่บนฐานของวัฒนธรรมและทรัพยากรในชุมชนที่แตกต่างกัน และมีคุณค่าที่ท้องถิ่น จะต้องช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจพร้อมที่จะนำเสนอชุมชนของตนเอง

การท่องเที่ยวชุมชนจะเน้นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวสำหรับถ่ายรูป มีร้านค้าขายของที่ระลึกชุมชนจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว ชุมชนจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ไม่สามารถกำหนดกฎเกณฑ์สิ่งใดได้ ผิดกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดในทุกๆ เรื่อง กำหนดการบริหารจัดการ โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว หรือกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ซึ่งการกำหนดเรื่องการท่องเที่ยวของชุมชนนี้จะเป็นเครื่องมือในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและเป็นตัวกลั่นกรองนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวโดยอัตโนมัติ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคนและการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างคนต่างวัฒนธรรม ซึ่งไม่ใช่ให้นักท่องเที่ยวมาเรียนรู้ท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว ซึ่งคนในท้องถิ่นก็ต้องเรียนรู้นักท่องเที่ยวด้วย เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรม การดูแลฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ละครสิ่งแวดล้อม รวมถึงเกิดรายได้ในชุมชนหรือรายได้เสริม (ชนรุจ มิ่งเมธาพร, 2559)

4.3.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีกระบวนการทำงาน 10 ขั้นตอน (อดิศร ศักดิ์สูง, 2554, น. 204-206) คือ

(1) ส่งเสริมให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในด้านบวกและด้านลบแก่ผู้นำหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสนใจได้รับรู้และวิเคราะห์พิจารณา

(2) ต้องสร้างการมีส่วนร่วม โดยการดึงผู้ที่สนใจของชุมชนและองค์กรต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเยาวชน กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มผู้รู้หรือปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มผู้นำที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการมาพูดคุยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยชุมชน ในเรื่องผลดี และผลเสีย เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจร่วมกัน

(3) มีการศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้าน เพื่อศึกษาในหัวข้อหรือประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจ

(4) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของชุมชน ในด้านศักยภาพของจุดแข็ง จุดอ่อนข้อจำกัด โอกาส และอุปสรรคหรือความเสี่ยงที่จะเกิดผลกระทบขึ้น ซึ่งขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้เกิดภาพมองเห็นตนเอง จัดลำดับความสำคัญของปัญหาและสามารถเชื่อมโยงการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

(5) ดำเนินการร่วมกันในการพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน

(6) กำหนดรูปแบบการบริหารจัดการ โดยมีการจัดตั้งคนเข้ามาร่วมทำงาน เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดรูปแบบของเครือข่ายการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรม อื่นๆ

(7) ทำการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(8) ทำการทดลองดำเนินกิจกรรมเครือข่ายร่วมกัน ในขั้นตอนนี้อาจมีการจัดการท่องเที่ยวนำร่อง เพื่อทดสอบเครือข่ายของการท่องเที่ยว

(9) ทำการประเมินผล ซึ่งอาจทำการสรุปผลหลังทำกิจกรรมหรือทำการประเมินผลเครือข่าย ทุกๆ 3 – 6 เดือนเป็นต้น

(10) การพัฒนาองค์กร การฝึกอบรม เช่นการบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมายหรือการสื่อสารเป็นต้น

4.3.2 หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย, 2549, น. 8 – 11) ประกอบด้วย

1) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดวิสัยทัศน์ ด้านการท่องเที่ยวของชุมชน กำหนดแหล่งทรัพยากรที่ควรได้รับการทำนุบำรุงรักษา และร่วมกันกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ในการพัฒนาและการบริหารจัดการ นอกจากนี้สมาชิกชุมชนจะต้องเข้าร่วมในการดำเนินงานตามแผนที่ได้กำหนด

2) ความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

3) การสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ โดยการจัดหางานที่ดีและเหมาะสมให้กับคนในพื้นที่ และเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

4) การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ควรเป็นไปอย่างกว้างขวางในแต่ละพื้นที่ จึงต้องพัฒนาให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มต่างๆ เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในการวางแผนในการพัฒนา ในการดำเนินงาน และการบริการด้านต่างๆ เพื่อความมั่นใจในการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม

5) การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า เกิดประโยชน์สูงสุด ต่อคนในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมโดยไม่ใช้ทรัพยากรที่ไม่สามารถนำกลับมาสู่สภาพเดิมได้

6) การวางแผนระยะยาว ช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในเชิงรุกเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของพื้นที่ และช่วยสร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยง เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

7) ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ที่ต้องสร้างความกลมกลืนให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว สถานที่ ชุมชน และได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสียประโยชน์ในพื้นที่

8) ความสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาด้านต่างๆ ต้องเกิดความเชื่อมโยงเข้ากับนวัตกรรม

9) ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติในระดับต่างๆ ซึ่งถือว่ามีควมจำเป็นมาจากภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

10) การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นอย่างรุนแรง

11) การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดย พิจารณาจากความสามารถและข้อจำกัดด้านกายภาพ ด้านธรรมชาติ ด้านสังคมและวัฒนธรรมตามแผนการดำเนินงาน ซึ่งควรมีการประเมินอย่างสม่ำเสมอ

12) การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ ที่ต้องมีการสร้างประมวลจรรยาบรรณในการปฏิบัติสำหรับการท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาดัชนีชี้วัด และขีดจำกัดสำหรับใช้ชี้วัดผลกระทบและความสำเร็จของโครงการ

13) การจัดการท่องเที่ยวที่เน้นผลประโยชน์ชุมชน คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมทั้งคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น

14) การพัฒนาคน การศึกษาและหลักสูตรต่างๆ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้กับสาธารณชน ส่งเสริมความสามารถทางธุรกิจ การประกอบอาชีพ และความเชี่ยวชาญในสาขาอาชีพ

15) การเสริมสร้างลักษณะเด่น อัตลักษณ์ของชุมชนและพื้นที่เพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีคุณภาพ อันนำไปสู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

16) การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรในพื้นที่ โดยเน้นการส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็ก และบริการที่มีผลกระทบน้อย

17) การดำรงรักษาทรัพยากรมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตามกระบวนการบริหารจัดการใช้หลักเกณฑ์มาตรฐานสากล

18) การทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ และทำด้วยความสำนึกรับผิดชอบอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม

4.3.3 องค์ประกอบส่งเสริมการท่องเที่ยว (ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย, 2549, น. 29-67) ประกอบด้วย

1) โครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว เรื่องการบริการและการสนับสนุนการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับเครือข่ายของโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ระบบการขนส่ง ระบบน้ำประปา ระบบพลังงาน ไฟฟ้าหรือพลังงานทดแทน ระบบกำจัดของเสีย และระบบไปรษณีย์ โทรคมนาคมการติดต่อสื่อสาร

2) การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เรื่องการบริการและการสนับสนุนการท่องเที่ยวมีความจำเป็นในการสร้างศักยภาพการใช้ทรัพยากรด้านการรองรับนักท่องเที่ยว ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องมีและได้มาตรฐานที่เหมาะสม เพราะจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยู่นานขึ้นหรือกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 กลุ่มหลักคือ

(1) งานบริการหลักสิ่งอำนวยความสะดวกประเภท ที่พัก (โรงแรม) ร้านอาหาร การบริการการเดินทางทางบก น้ำ อากาศ และการบริการนำเที่ยวของบริษัททัวร์ต่างๆ

(2) งานบริการรองสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทแหล่งร้านค้า ของฝากของที่ระลึก สถานที่บันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ สถานที่การให้ข้อมูลท่องเที่ยว

(3) งานบริการเสริมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น งานบริการด้านสุขภาพอนามัย ด้านความปลอดภัยและเหตุฉุกเฉิน ด้านการเงิน และการเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว

(4) งานบริการด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายต้อนรับ ป้ายแผนที่ชี้ทาง ป้ายแสดงจุดที่น่าสนใจ ป้ายเตือนนักท่องเที่ยว ป้ายประกาศอื่นๆ เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549, น. 12)

3) แหล่งท่องเที่ยว เป็นสถานที่ ที่มีความสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การเลือกที่จะไปเที่ยวที่ใดอาจต้องมีหลักฐานบ่งชี้มากพบว่า มีความน่าสนใจและมีกิจกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นความสนใจ รวมถึงควรมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการให้ข้อมูล

ข่าวสาร (พรรณี สนวนเพลง และคณะ, 2557, น. 13) เพื่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีความพิเศษเฉพาะตัว หรืองานพิธีกรรมต่างๆ

4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องชี้ให้เห็นลักษณะสำคัญของพื้นที่ ที่ต้องมีการวางแผน บริหารงาน และต้องพิจารณาปรับปรุงแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของนักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดี คือ

(1) มีองค์กรในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

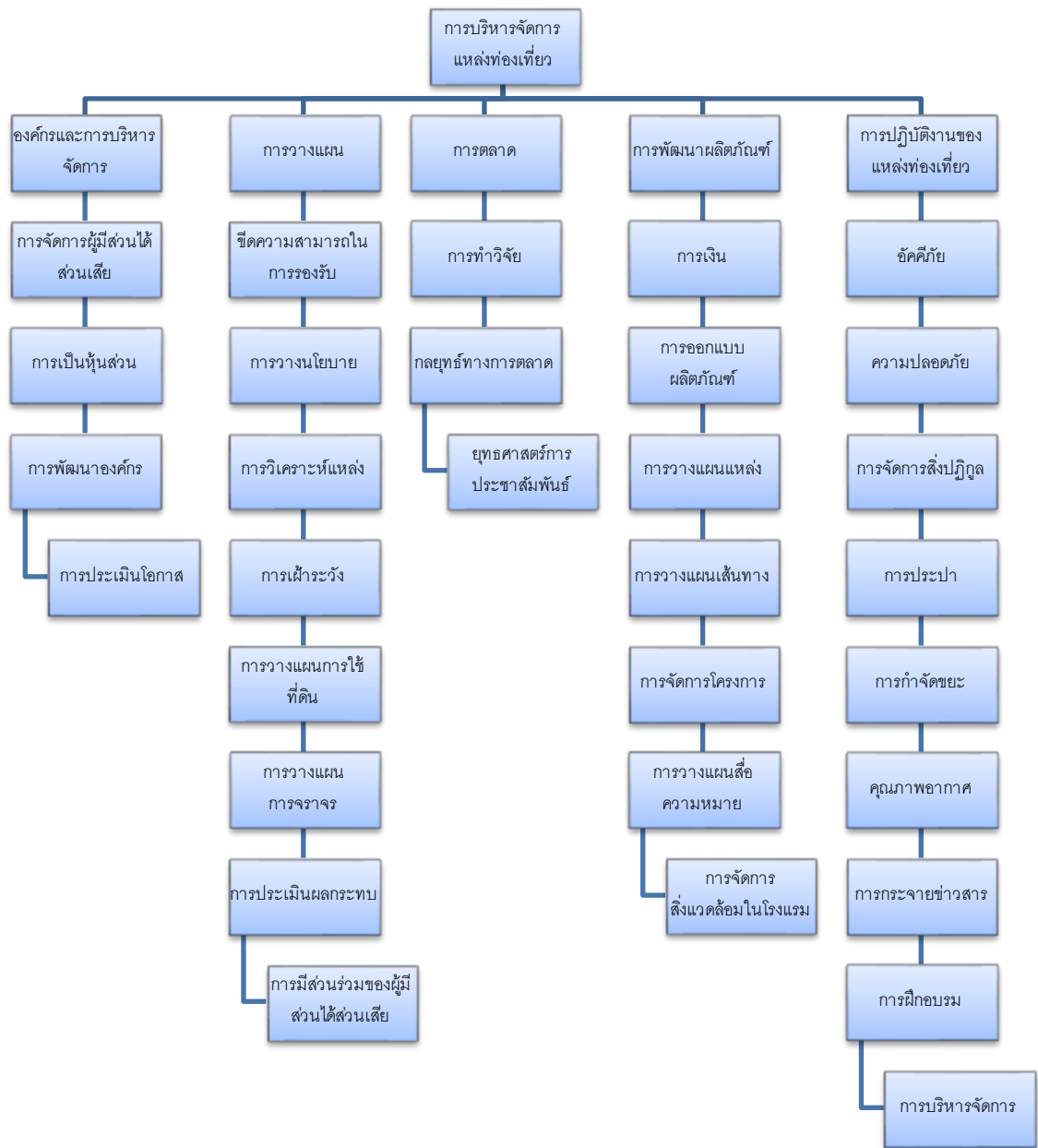
(2) มีการวางแผนงานที่ชัดเจนทั้งด้านกายภาพและด้านสังคมของแหล่งท่องเที่ยว

(3) ให้ความสำคัญด้านการตลาดในการขยายฐานลูกค้า เพื่อการตอบสนองความต้องการสูงสุดของนักท่องเที่ยวหวังให้เกิดความสำเร็จทางเศรษฐกิจของชุมชน

(4) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรม บริการใหม่ สร้างสรรค์สินค้าให้เหมาะสมกับประเภทลักษณะของทรัพยากร เพื่อกระตุ้นความต้องการ ความสนใจ การตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว

(5) ให้อาใจใส่ใจกับการวางแผนกฎระเบียบในการปฏิบัติ และการนำไปสู่การปฏิบัติ การดูแล และควบคุมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการพัฒนา

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแสดงรายละเอียดได้ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา: ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย, 2549, น. 73

4.3.4 แนวทางการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมเพื่อความยั่งยืน ประกอบด้วย

1) การปลูกฝังให้เห็นถึงคุณค่า เนื่องจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณีเป็นกิจกรรมที่มีคุณค่าของเฉพาะท้องถิ่นอันเป็นภูมิปัญญาที่ต้องมีการถ่ายทอดสืบต่อและเผยแพร่ให้เกิดความรู้ความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว

2) การจัดงานประเพณีหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรม จึงควรจัดเทศกาลสำคัญประจำท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยวให้เกิดความรู้ความเข้าใจซึมซับวัฒนธรรมอันดีงานให้อยู่ในจิตใจเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว

3) การส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง เป็นการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา จากบรรพบุรุษของคนในสังคมที่แสดงถึงความเจริญทางอารยธรรมให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจด้วยเหตุผล จนเกิดความต้องการด้วยความเต็มใจพึงพอใจหรือประทับใจ

4) การดูแลรักษาความสะอาด ต้องสร้างความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและชุมชน รวมถึงการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการรักษาความสะอาดจากความพร้อมของสถานที่ และความสะอาดที่สังคมช่วยกันรักษา เพื่อสร้างความประทับใจในการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว

แนวความคิดพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยสรุปว่า ประเทศไทยมีทรัพยากรที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือ จะไม่ต่อต้านความเจริญ ให้มีความสำคัญในการพัฒนาและอนุรักษ์ โดยมีการวางแผนที่เหมาะสมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประโยชน์ทำให้ชุมชนมีรายได้ จากการดำเนินตามวิถีชีวิตชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งชุมชนต้องมีการพัฒนาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตลอดเวลาในการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกต่อการท่องเที่ยว จนเกิดความรู้ความเข้าใจ และเกิดการพัฒนาที่ต้องเน้นชุมชนตามแนวทางการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมเพื่อความยั่งยืน

5. การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี

การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม วันนี้สังคมไทยสามารถตอบสนองความฝันของนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ จากภูมิประเทศ ทุ่งนา ป่า เขา วิถีชีวิต วัฒนธรรม ความสนุกและความสบาย มีอาหารที่ถูกสุขอนามัย โดยเฉพาะผักปลอดสารพิษ สมุนไพร เครื่องสำอาง การนวด การอบ การรักษาสุขภาพแบบพื้นบ้าน สังคมไทยวันนี้จึงมีทุกอย่างที่โลกต้องการภายใต้รอยยิ้ม การบริการ อาหารอร่อย ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ด้วยความสนุกและสบาย (เสรี พงศ์พิศ, 2548, น. 104-105) ในที่นี้เสนอสองจังหวัดคือ จังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดเพชรบุรีดังนี้

5.1 สุพรรณบุรี

จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นรัฐที่มีจารีกนับแต่พุทธศตวรรษที่ 18 อาทิจาริกประสาทพระขรรค์ จาริกสุโขทัยหลักที่ 1 ซึ่งนำไปสู่ข้อสันนิฐานถึงความสัมพันธ์ในระบบเครือญาติกับรัฐสุโขทัย และด้วยการสังสมพัฒนาการของกลุ่มชนที่มีมาแต่ก่อนพุทธศตวรรษที่ 18 โดยอาจเป็นรัฐที่คลี่คลายมาจากกลุ่มเมืองในวัฒนธรรมทวารวดี ส่งผลให้รัฐสุพรรณภูมิมีความโดดเด่นทางการค้าร่วมกับเมืองบริวาร อาทิ เมืองแพรกศรีราชา (จังหวัดชัยนาท) เมืองราชบุรี และเมืองเพชรบุรี ฯลฯ และมีความสำคัญต่อเนื่องถึงสมัยอยุธยาตอนต้น พระมหาภักษัตริย์กรุงศรีอยุธยาหลายพระองค์ที่สืบเชื้อสายมาจากราชวงศ์สุพรรณภูมิ และมีส่วนสำคัญต่อความมั่นคงของชาติ (กรมศิลปากร, 2554, น. 51)

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นเมืองสมัยโบราณ (เกียรติประวัติ ๓๓๕๑, น. ๒๑๙) จากหลักฐานโบราณคดี ยุคหินใหม่ ยุคสัมฤทธิ์ ยุคเหล็ก อายุไม่ต่ำกว่า ๓,๕๐๐-๓,๘๐๐ ปี มีการสืบทอดวัฒนธรรมต่อเนื่องตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ ฟูนัน อมราวดี ทวารวดี ศรีวิชัย สุพรรณบุรีเดิมมีชื่อเรียกว่าเมือง “ทวารวดีศรีสุพรรณ” หรือ “พันธุมบุรี” ถือได้ว่าเป็นจังหวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์เมืองอุทองมีพื้นที่ ๕,๓๕๘ ตารางกิโลเมตรแบ่งเขตการปกครอง ๑๐ อำเภอ อยู่ห่างกรุงเทพฯทางรถยนต์ประมาณ ๑๐๗ กิโลเมตร มีเครื่องหมายประจำจังหวัดเป็นรูป “ยุทธหัตถีระหว่างสมเด็จพระนเรศวรกับพระมหาอุปราชา” และมีคำขวัญท่องเที่ยวคือ “เมืองยุทธหัตถี วรรณคดีขึ้นชื่อ เลื่องลือพระเครื่อง รุ่งเรืองเกษตรกรรม สูงล้ำประวัติศาสตร์ แหล่งปราชญ์ศิลปิน ภาษาถิ่นชวนฟัง” แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย

5.1.1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ อำเภอเมือง อุทยานมัจฉาวัดพระนอน ตำบลวิหารแดง อุทยานมัจฉาวัดพระลอย ตำบลรั้วใหญ่ริมแม่น้ำท่าจีน มีพระชนวราชมงคลที่สวยงาม สวนนกท่าเสาดี อำเภอปลาม้า อุทยานมัจฉาวัดป่าฤกษ์ อำเภออุทอง วนอุทยานน้ำตกพุ่มม่วง อำเภอสองพี่น้อง หนองอ้อนกกะโท อำเภอศรีประจันต์ อุทยานมัจฉาวัดบ้านกร่าง บึงหนองจอก อำเภอดอนเจดีย์ หนองสาหร่าย อำเภอสามชุก บึงระหาร อำเภอเดิมบางนางบวช บึงฉวาง (บึงบัวแดง) อำเภอด่านช้าง เขื่อนกระเสียว ถ้ำเวฬุวัน อุทยานแห่งชาติพุเตย ปางอึ้งสุพรรณ อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง จ.สุพรรณบุรี (Painaidii, 2559)

5.1.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่สำคัญอำเภอเมือง ได้แก่ กำแพงเมืองเก่าและประตูเมืองเก่า วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ วัดป่าเลไลยก์ มีหลวงพ่อโต วัดพระรูป ชมพระพุทธรูปไม้ วัดแคตามวรรณคดี “ขุนช้างขุนแผน” และพระบาทสี่รอย วัดสนามไชย วัดหน่อพุทธางกูร วัดพระอินทร์ และแหล่งขุดพบภาชนะดินเผา วัดมหาธาตุหรือพระธาตุศาลาขาว วัดพร้าว ตำบลโพธิ์พระยา วัดสุวรรณภูมิ(วัดกลาง) วัดประตูลำดวน ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง สระศักดิ์สิทธิ์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชวนาไทย อำเภอปลาม้า วัดบางเลน อำเภออุทอง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทอง วัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม รอยพระบาทวัดเขาดีสลัก อำเภอสองพี่น้อง วัดไร่โรงวัว อำเภอดอนเจดีย์ พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภอเดิมบางนางบวช วัดเขาขึ้น(วัดเขานางบวช) วัดหัวเขา วัดเดิมบาง เป็นต้น

5.1.3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม ที่สำคัญได้แก่ อำเภอเมือง หอคอยบรรหารแจ่มใส และสวนเฉลิมภัทรราชินี ศูนย์ฝึกอบรมช่างสิบหมู่ สุพรรณบุรี ศูนย์หัตถกรรมภาคตะวันตก งานเทศกาลทิ้งกระจาด อำเภอดอนเจดีย์ งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภออุทอง ประเพณีตักบาตรเทโว วัดเขาดีสลัก ประเพณีกำฟ้า ประเพณีบุญบั้งไฟ แหล่งอื่นๆ สามชุกตลาดร้อยปีอำเภอสามชุก ตลาดเก่าห้องร้อยปี อำเภอบางปลาม้า เป็นต้น

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

ความเป็นไทยจากแหล่งมรดกโบราณคดีและประวัติศาสตร์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงให้ความสำคัญกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ พระองค์ทรงเสด็จทั้งที่เป็นพิธีการและเป็นการส่วนพระองค์พร้อมพระราชทานแนวพระราชดำริในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู บูรณะ และเผยแพร่แก่ผู้รับผิดชอบการเสด็จแหล่งมรดกโบราณคดีและประวัติศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี คือ

(๑) เสด็จพระราชดำเนินวัดป่าเลไลยก์ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

- (2) เสด็จพระราชดำเนินพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี
 (3) เสด็จพระราชดำเนินทอดพระเนตรโบราณวัตถุ ณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุทยาน
 จังหวัดสุพรรณบุรี (กรมศิลปากร, 2554, น. 105-111)

5.2 เพชรบุรี

จังหวัดเพชรบุรี ริมฝั่งทะเลอ่าวไทย มีชื่อปรากฏอยู่ในศิลาจารึกหลักที่หนึ่งสมัยสุโขทัย และมีหลักฐานโบราณคดีที่ย้อนไปในสมัยขอมและทวารวดี เป็นเมืองหน้าด่านในสมัยอยุธยา และเป็นเมืองที่สำคัญสมัยรัตนโกสินทร์ เป็นเมืองที่เกี่ยวข้องกับรัชกาลที่ 4-5-6 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้สร้างพระนครคีรี พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าให้ปฏิสังขรณ์พระนครคีรี และให้พระที่นั่งที่ตำบลบ้านปืนแต่เสร็จในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว นามว่า พระที่นั่งสรรเพชรประสาท (พระรามราชนิเวศน์) และโปรดให้สร้างตำหนักที่บางทะเล พระราชทานนามว่า หาดเจ้าสำราญ แต่ได้ย้ายไปสร้างเป็นพระราชวังที่ตำบลบางความอำเภอชะอำ พระราชทานนามว่า พระรามราชนิเวศน์มฤคทายวัน (เกียรติประวัติ อนุรักษ์ศิลปกรรม, 2551, น. 180)

เพชรบุรีมีพื้นที่ประมาณ 6,225.138 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างกรุงเทพฯทางรถยนต์ประมาณ 123 กิโลเมตร เป็นจังหวัดในภาคกลางที่เป็นจังหวัดผ่านสู่ภาคใต้ มีเครื่องหมายประจำจังหวัดเป็นรูป “พระนครคีรีหรือเขาวัง” และมีคำขวัญท่องเที่ยวคือ “เขาวังคู่บ้าน ขนมหวานเมืองพระเลิศล้ำ ศิลปะ แดนธรรมะทะเลงาม” ประชากรมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนาและวัฒนธรรม ประเพณี ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา สวนผลไม้ ทำน้ำตาลโตนด เลี้ยงสัตว์ และทำการประมง แบ่งการปกครอง 8 อำเภอ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย

5.2.1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ที่สำคัญอำเภอเมืองได้แก่ ถ้าเขาหลวง หาดเจ้าสำราญ อำเภอเขาย้อยได้แก่ ถ้าเขาย้อย ถ้าเขาอีโต้ อำเภอหนองหญ้าปล้องได้แก่ น้ำพุร้อนที่หนองหญ้าปล้อง อำเภอบ้านแหลม แหลมหลวง หมู่บ้านบางขุนไทร หาดปึกเตียน อำเภอแก่งกระจาน เขื่อนแก่งกระจาน อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน มีทะเลสาบ เขาพะเนินทุ่ง น้ำตกทอทิพย์ ถ้าเขาตอหม้อ อำเภอชะอำ วนอุทยานชะอำ หาดชะอำ เป็นต้น

5.2.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่สำคัญอำเภอเมืองได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) วัดเขابันไดอิฐ ถ้าเขาหลวง (วัดถ้าเกลบหรือวัดบุญทวี) วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดใหญ่สุวรรณาราม วัดกำแพงแลง อำเภอเขาย้อย วัดกุฎี อำเภอบ้านแหลม วัดเขาตะเคราประสิทธิ์ อำเภอชะอำ พระราชวังนิเวศน์มฤคทายวัน เป็นต้น

5.2.3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม ที่สำคัญได้แก่ หมู่บ้านไทยดำอำเภอเขาย้อย ศูนย์เพราะเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทรายอำเภอชะอำ หมู่บ้านหุบกะพง อำเภอชะอำ โครงการซั้งห้วยตามพระราชดำริ อำเภอท่ายาง งานพระนครคีรี-เมืองเพชร งานว่าวไทย และว่าวนานาชาติ งานชมฟู่เพชรของดีอำเภอชะอำ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

ความเป็นไทยจากแหล่งมรดกโบราณคดีและประวัติศาสตร์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงให้ความสำคัญกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ พระองค์ทรงเสด็จทั้งที่เป็นพิธีการและเป็นการส่วน

พระองค์พร้อมพระราชทานแนวพระราชดำริในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู บูรณะ และเผยแพร่แก่ผู้รับผิดชอบ การเสด็จแหล่งมรดกโบราณคดีและประวัติศาสตร์ในจังหวัดเพชรบุรี คือ

- (1) เสด็จพระราชดำเนินวัดมหาธาตุ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
- (2) เสด็จพระราชดำเนินพระนครคีรี (เขาวัง) อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
- (3) เสด็จพระราชดำเนินวัดพระพุทธไสยาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
- (4) เสด็จพระราชดำเนินวัดสระบัว อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
- (5) เสด็จพระราชดำเนินวัดใหญ่สุวรรณาราม อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
- (6) เสด็จพระราชดำเนินวัดยาง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
- (7) เสด็จพระราชดำเนินวัดคงคาราม อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
- (8) เสด็จพระราชดำเนินวัดเขาพระ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี
- (9) เสด็จพระราชดำเนินวัดเขาตะเครา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี (กรมศิลปากร,

2554, น. 92-98)

การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยสรุปว่า จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี มีมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนและประเทศชาติ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การแสดง วิถีชีวิต และ ธรรมชาติที่สร้างความยั่งยืน

6. ความเป็นไทยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิถีชีวิตของชาวไทยส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับข้อสัมพันธ์สอดคล้องกับพระพุทธศาสนา ชาวไทย ร้อยละ 95 นับถือศาสนาพุทธ โดยนำหลักการทางพระพุทธศาสนาเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตจน กลายเป็นรากฐานทางวัฒนธรรม และเป็นเอกลักษณ์มรดกของชาติไทย เช่น ด้านภาษา ด้าน ศิลปกรรม ด้านประเพณี และด้านจิตใจที่ทำให้คนไทยมีนิสัยเฉพาะตัวจนเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย เช่น ความโอบอ้อมอารี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความเมตตา ความเคารพอ่อนน้อม ความอดทน รักอิสระ รักสันโดษ ชอบช่วยเหลือตนเอง ไม่มีการบังคับข่มเหงซึ่งกันและกัน ยิ้มง่าย ใจดี (ฐิรชญา มณีเนตร, 2553, น. 141-142)

แนวพระราชดำริเกี่ยวกับการพัฒนาสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ทรงยึดความหมายและพระ ราชปฏิบัติในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระบรมราชินีนาถที่ทรงใช้การพัฒนาให้ หมายถึง “...การยกฐานะ ความเป็นอยู่ของคนไทยให้ดีขึ้น...” พระองค์ทรงมีเป้าหมายสูงสุดคือ การ พัฒนาคคน (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2536, น. 16,19) หลักการในการพัฒนาที่มาจากโครงการพัฒนา และกิจกรรมพัฒนาของสมเด็จพระเทพ แนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว งานเขียน หรือถ้อยคำให้สัมภาษณ์ของผู้ใกล้ชิดเบื้องพระยุคลบาท หลักการในการพัฒนา (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2536, น. 21-23) คือ

- (1) การพึ่งตนเอง
- (2) ความเป็นไทย
- (3) การมีส่วนร่วมของประชาชน

- (4) ความสมดุลระหว่างการพัฒนาวัตถุและการพัฒนาจิตใจ
- (5) ความรู้คู่การปฏิบัติ
- (6) การทำงานเชิงรุก
- (7) การนำวิทยาการสมัยใหม่มาใช้

การกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของรัฐน่าจะให้ผลดีกับคนรวยมากกว่า แต่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมคือสิ่งปฏิภูล น้ำเสีย อากาศเสียมากขึ้นแต่ไม่ได้หมายความว่าควรที่จะเลิกส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน แต่หมายความว่า การใช้กลยุทธ์จัดความยากจนผ่านการท่องเที่ยว ต้องใช้ความระมัดระวัง และมีกลุ่มเป้าหมายคนจนที่ชัดเจนและต้องให้ออกาสคนจนในด้านเงินทุน ด้านการฝึกอบรม เช่น การจัดทำสินค้าของที่ระลึกที่เหมาะสมกับตลาด การจัดการด้านอนามัย อาหาร และการดูแลสุขภาพความปลอดภัย สร้างโอกาสอาชีพใหม่ให้เหมาะสมกับคุณค่าของความเป็นมนุษย์ การดำเนินการท่องเที่ยวต้องอาศัยความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และคนในสังคม เพื่อลดความขัดแย้ง เกิดการแบ่งปัน ช่วยเหลือดูแลทรัพยากรและวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนด้วยความสามัคคี (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2555, น. 36)

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวจะต้องพึ่งทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง ในการขายวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณี ดังนั้นมีความจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรของชุมชนมาก ความสำเร็จหรือความยั่งยืนจึงขึ้นอยู่กับความร่วมมือและการให้ผลตอบแทนจากการท่องเที่ยวที่ย้อนกับคืนมาสู่สมาชิกของชุมชนและกำไรส่วนหนึ่งควรนำไปใช้บำรุงรักษาทุนทางสังคม เพื่อพัฒนาทุนทางสังคมให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2555, น. 67) ดังนั้นการบริหารท้องถิ่น สามารถก่อให้เกิดนวัตกรรมท้องถิ่นสร้างสรรค์ที่มีการประมวลได้พบว่าองค์การปกครองท้องถิ่น มีความหลากหลายวิธีในการบริหารจัดการสิ่งหนึ่งที่จะทำให้ องค์การปกครองท้องถิ่น ได้เกิดเรียนรู้การบริหารจัดการ (โกวิทย์ พวงงาม, 2556, น. 288-289) ประกอบด้วย

- 1) ท้องถิ่น ที่ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นของกิจกรรม โดยมีการส่งเสริมกิจกรรมให้เกิดประโยชน์มากขึ้นจากการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน และดึงภาคส่วนอื่นๆ ในรูปภาคีความร่วมมือเข้ามาร่วมกิจกรรม
- 2) การบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่ง อปท. ต้องเปิดใจกว้างในการร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น การทำบันทึกข้อตกลงร่วม (MOU) หรือความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น
- 3) การบริหารจัดการโดยส่งเสริมจิตอาสา หรืออาสาสมัคร
- 4) การบริหารจัดการโดยสร้างกฎ กติกาชุมชน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามกติกาชุมชนร่วมกัน
- 5) การบริหารจัดการที่ต้องรักษาเอกลักษณ์ของตนเองในท้องถิ่นซึ่งต้องมีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่นที่จะต้องให้ความร่วมมือ เช่น การจัดการโบราณสถาน โบราณวัตถุ

ความยั่งยืนจากเครือข่ายการท่องเที่ยวที่เน้นส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์หรือ Creative Cities เป็นเครือข่ายที่ได้รับการสนับสนุนจาก UNESCO ในปี 2547 โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของกลุ่มเมืองที่อยู่ในประเทศทั่วโลก โดยมีประเภทวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ 7 หมวด ที่เมืองสร้างสรรค์สามารถสร้างความร่วมมือร่วมกัน ได้แก่

วรรณกรรม ภาพยนตร์ ศิลปะพื้นเมือง การออกแบบ ดนตรี อาหาร และศิลปะการสื่อสาร ซึ่งสมาชิกเครือข่ายให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ที่ช่วยสนับสนุนให้การสร้างสรรค์ของชุมชนมีความแข็งแกร่งมากขึ้น เพราะเมืองสร้างสรรค์เหล่านี้มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่เป็นต้นทุนสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว เช่น ความโดดเด่นเรื่องหัตถกรรมและศิลปะพื้นเมือง หรือดนตรี หรือเรื่องของการออกแบบ การสนับสนุนเรื่องเหล่านี้ทำให้เกิดความกระตือรือร้นในการรักษาเอกลักษณ์ของตนเอง สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่ผสมผสานเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและนำเสนอประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และคณะ, 2553, น. 39-41) การดำเนินการด้วยระบบเครือข่ายนี้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐสามารถช่วยในเรื่องการพัฒนาสาธารณูปโภค การพัฒนาสภาพแวดล้อม การสร้างสรรค์สินค้าและบริการ ระบบภาษีและการช่วยเหลือทางการเงิน การอบรมให้ความรู้ทั่วไปด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภาคเอกชนสามารถช่วยเหลือกันในเรื่องการประชาสัมพันธ์ การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย และการแก้ปัญหา ร่วมกัน (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และคณะ, 2553, น. 41)

ประเวศ วะสี กล่าวว่า มนุษย์จะต้องเปลี่ยนแนวคิดในการมุ่งกำไรสูงสุดขององค์กรเฉพาะตัวไปสู่การอยู่ร่วมกันด้วยสันติ ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติแวดล้อม และต้องสร้างศีลธรรมพื้นฐานทางสังคม (อเนก เหล่าธรรมทัศน์, 2554, น. 11) การสร้างความเข้มแข็งต้องพัฒนาจากฐานรากของสังคม ที่เป็นพื้นฐานสังคมเข้มแข็งเรียกว่าเศรษฐกิจพื้นฐาน เพราะสังคมเข้มแข็งทำให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง เศรษฐกิจจะเข้มแข็งยั่งยืนต้องทำให้สังคมเข้มแข็ง การที่จะสร้างความเข้มแข็งต้องเข้าใจชุมชนที่เป็นรากฐานของสังคม บริบทของสังคมสมัยใหม่ ความเป็นชุมชนอยู่ที่ความร่วมมือกัน โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการกระทำร่วมกัน และมีการเรียนรู้ร่วมกันในการทำงาน เป็นเครือข่ายซึ่งจะทำให้เกิดพลังของกลุ่มก้อนมากขึ้น (ประเวศ วะสี, 2544, น. 2-18)

ความเป็นไทยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คณะผู้วิจัยสรุปว่า คนไทยมีนิสัยที่เป็นเอกลักษณ์ ในเรื่องความโอบอ้อมอารี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความเมตตา ความเคารพอ่อนน้อม ความอดทน รักอิสระ รักสันโดษ ชอบช่วยเหลือตนเอง ไม่มีการบังคับข่มเหงกันและกัน ยิ้มง่าย ใจดี ดังนั้นถ้าต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาคอนตามแนวพระราชดำริ โดยต้องมีการบริหารจัดการท้องถิ่น สามารถก่อให้เกิดนวัตกรรมท้องถิ่นสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลาย ได้เกิดเรียนรู้การบริหารจัดการท้องถิ่น ที่ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีการส่งเสริมกิจกรรมให้เกิดประโยชน์มากขึ้น การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน และดึงภาคส่วนอื่นๆ ในรูปภาคีความร่วมมือเข้ามาร่วมกิจกรรม ที่ต้องเปิดใจกว้างในการร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ และส่งเสริมจิตอาสา หรืออาสาสมัคร ตามการบริหารจัดการโดยสร้างกฎ กติกาชุมชน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามกติกาชุมชนร่วมกัน

7. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (information) ที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยเกี่ยวข้องกับพื้นฐานความเป็นไทยกับเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อรนุช โกศล และโชคชัย สุทธาเวช (2556) ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สรุปได้ว่า อุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว สร้างชื่อเสียง และรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมาก เมื่อถึงปี 2558 เริ่มการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีแนวโน้มว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มปริมาณมากขึ้น ด้านการท่องเที่ยว จึงควรให้ความสนใจและเตรียมความพร้อมโดยเฉพาะด้านนโยบายและการจัดการที่ควรหันมาให้ความสนใจ การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด และยังคงรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ หรือเพื่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด ซึ่งการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานราชการ องค์กร ภาคเอกชน เครือข่ายต่างๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในท้องถิ่นและการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นควบคู่กัน นอกจากนี้ยังควรพิจารณาและทบทวนถึงผลงานด้านวิชาการและการวิจัยที่ผ่านมาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งจะพัฒนาไปสู่การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วีระพล ทองมา และคณะผู้วิจัย (2554) ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่อน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า การสร้างแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จะต้องคำนึงถึงแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยเฉพาะการใช้ทุนภายในชุมชน 3 ด้านคือ 1) ด้านทุนทางสังคมที่ชุมชนพิจารณาความสามารถจากพื้นฐานตลอดจนการมีส่วนร่วมของคนในครอบครัวและชุมชนโดยเน้นการฟื้นฟูวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และกำหนดระเบียบหรือข้อปฏิบัติของคนในชุมชนตามวัฒนธรรมที่ชัดเจน 2) ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยมีการพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างพอดีที่พิจารณาถึงคนรุ่นหลังในอนาคต 3) ทุนทางเศรษฐกิจที่ไม่ได้คิดถึงเรื่องกำไร แต่เป็นกำไรจากการพัฒนาความรู้ ความสามารถประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยว เกิดการสร้างความสัมพันธ์และการแบ่งปัน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ นอกจากนั้น การที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือ

นิรชราภา ทองธรรมชาติ และศุภรดา ประภาวงศ์ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบ้านไผ่หูช้าง จังหวัดนครปฐม สรุปได้ว่า สิ่งที่มีความโดดเด่นคือเรื่องการอนุรักษ์ชาติพันธุ์ไทยช่งในเรื่องประเพณีวัฒนธรรม พิธีกรรม ภาษาและการแต่งกาย แต่ปัญหาที่พบในแหล่งท่องเที่ยวคือขาดการสนับสนุนงบประมาณจากภาคท้องถิ่นและภาครัฐซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ขาดการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและภาคีเครือข่ายในการร่วมบริหารจัดการท่องเที่ยวและขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง ซึ่งแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของบ้านไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนร่วมกับภาคีเครือข่าย การมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่น องค์กรท้องถิ่นและองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวในเรื่องการจัดสรรงบประมาณการบริหารจัดการท่องเที่ยว และการตลาด ประชาสัมพันธ์

2. การวิจัยเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมเครือข่ายการท่องเที่ยว

Leung, X. Y., Wang, F., Wu, B., Bai B., Stahura, K. A., Xie, Z. (2011) ทำการศึกษา การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมในรูปแบบการท่องเที่ยวของกรุงปักกิ่ง: ผลกระทบของการแข่งขันกีฬา

โอลิมปิก ผลการศึกษา สรุปได้ว่า การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความสนใจมากที่สุด ในสถานที่ท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวมีความสนใจและได้ไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ จากความร่วมมือระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น เมื่อท่องเที่ยวที่นี่แล้วสามารถไปท่องเที่ยวที่ไหนได้ต่ออย่างเป็นระบบเครือข่ายทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดการขยายตัวของพื้นที่ที่เข้ามาเยี่ยมชมหลักการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในช่วงการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก

ทักษิณ ปิลวาสน์ และคณะ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน สรุปได้ว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของประเทศไทย ยังไม่สามารถบูรณาการระหว่างภาคส่วนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และยังไม่มีกรรมรวมตัวในการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการ ขาดการวางแผนและขาดโครงการความร่วมมือกัน จึงควรสนับสนุนส่งเสริมภาคเอกชนและภาคประชาชนที่เป็นชุมชนท้องถิ่น ให้มีส่วนร่วมมากที่สุด เพื่อประโยชน์ของเศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ (2557) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบทบาทของเครือข่ายการท่องเที่ยว PTCC เพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเพื่อการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สรุปได้ว่า การพัฒนาบทบาทของเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (Pattaya Tourism Cluster Canter : PTCC) โดยรวมมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุตสาหกรรม ด้านการจัดการทั่วไป ด้านความสัมพันธ์ และด้านกลยุทธ์ ซึ่งมีปัญหาแตกต่างกันตามบทบาทของวิสาหกิจในความสนใจเป็นสมาชิก โดยกิจการสปาและนวดแผนไทยมีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาทุนมนุษย์ 4 ด้านข้างต้น ส่วนธุรกิจโรงแรมที่พักรวมมีปัญหาด้านการจัดการทั่วไป ร้านขายของที่ระลึกมีปัญหาด้านทุนมนุษย์ด้านอุตสาหกรรม เช่นเดียวกับธุรกิจด้านแหล่งท่องเที่ยวตัวแทนนำเที่ยว และร้านอาหารซึ่งประสบปัญหาทุนมนุษย์เพิ่มเติมด้านความสัมพันธ์และด้านกลยุทธ์ ทั้งนี้ PTCC สามารถใช้บทบาท 3 ด้านคือ บทบาทผู้นำในการสร้างความร่วมมือจากภายในและภายนอก บทบาทบูรณาการกลยุทธ์การจัดการเครือข่ายอย่างยั่งยืน ในการพัฒนาทุนมนุษย์ของวิสาหกิจท่องเที่ยวขนาดย่อมของเมืองพัทยา การขยายผลการศึกษาเพื่อพัฒนาด้านความสำเร็จของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทวิทยากับพื้นที่เชื่อมโยง เช่น จังหวัดระยอง ฉะเชิงเทรา

รชตะ ไชยเมือง (2556) ความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโปรงแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า เครือข่ายการท่องเที่ยว มีกฎ ระเบียบ และแนวทางการปฏิบัติแก่สมาชิกที่ชัดเจน พร้อมกับมีการจัดตั้งคณะกรรมการในการบริหารจัดการ เครือข่ายการท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานรัฐ มีการทำบัญชีของเครือข่ายการท่องเที่ยว และมีการจัดตั้งสำนักงานของเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยใช้อาคารขององค์การบริหารส่วนตำบลโปรงแยง และเครือข่ายการท่องเที่ยวมีการเชื่อมโยงการทำกิจกรรมกับเครือข่ายอื่น เช่น การจัดการเสวนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเข้าอบรมกับหน่วยงานต่างๆ การประชุมกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างสม่ำเสมอ ภาพรวมความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่ายมีระดับปานกลาง กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวมีระดับความเข้มแข็งมาก คือปัจจัยที่มีความสำเร็จในการจัดการเครือข่าย ส่วนระดับความเข้มแข็งปานกลางได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ด้านองค์ประกอบของเครือข่าย ด้านการจัดการของเครือข่าย และด้านการเชื่อมโยงเครือข่ายการ

ท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยว ได้แก่ด้านสภาพการ จัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยวทุกด้าน และ ด้านการเข้าร่วมประชุมของสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อความเข้มแข็งของ เครือข่ายการท่องเที่ยวในด้านองค์ประกอบ การเชื่อมโยง และการจัดการ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยวคือด้านกฎ- กติกา และด้านเงินทุน ที่มีต่อ การเชื่อมโยงเครือข่าย

วรสุดา สุขารมณ (2554) ความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทย สรุปได้ว่า ระดับความร่วมมือที่องค์การภาครัฐและภาคเอกชนได้ร่วมมือกันสูงสุด ในการปฏิบัติ การแลกเปลี่ยนข้อมูล มีปัจจัยด้านการเมืองและปัจจัยด้านสังคม/วัฒนธรรม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทย มีปัจจัยด้านความเชื่อมั่น และปัจจัยด้านการสร้างความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทย มีปัจจัยด้านเป้าหมาย/ วัตถุประสงค์ ปัจจัยด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม และปัจจัยด้านการ แบ่งหน้าที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทย มีปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านทรัพยากรมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทย ดังนั้นแนวทางการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ปัจจัยที่ส่งผลต่อความร่วมมือทั้งหมด 11 ปัจจัย ซึ่งจะเกิดขึ้นในรูปแบบความร่วมมือต่างๆ ที่จำเป็นใน การพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทย ซึ่งสามารถเป็นแนวทางในการส่งเสริมความร่วมมือ

3. การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความสอดคล้องความพึงพอใจ

Iuliana, P. & Marinela, G. (2013) ทำการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจการท่องเที่ยว พื้นที่ชนบทในประเทศโรมาเนียและฮังการี สรุปได้ว่า ในการศึกษานักท่องเที่ยวใหม่ตัวแปรที่มีอิทธิพล คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นที่ได้รับการยอมรับรับรอง โดยมีองค์ประกอบเรื่องสถานที่จอดรถ สนามเด็ก เล่น และค่าใช้จ่ายที่จะต้องจ่ายในเรื่องของค่าอาหารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ และรวมถึงความตั้งใจในการ แนะนำที่จะให้เกิดความรู้ความเข้าใจในพื้นที่และสิ่งๆที่ทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าพื้นที่อื่นๆ คือ จัดการการท่องเที่ยวในชนบท ขององค์การหรือเจ้าของธุรกิจมีการดำเนินงานที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ สภาพแวดล้อมทางนิเวศ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวบ้านที่ขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น

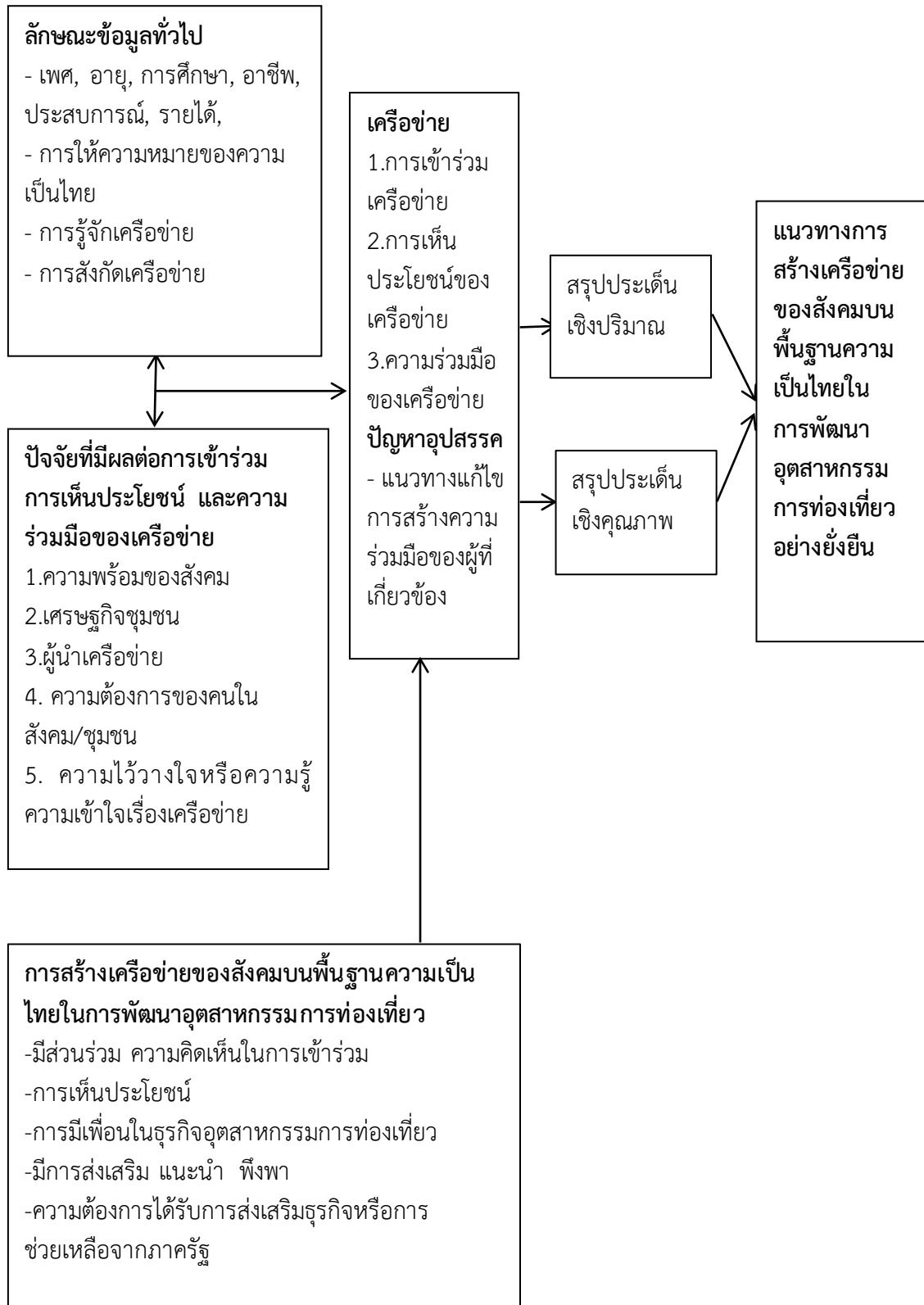
Hontus, A. C. (2013) ทำการศึกษา การวิเคราะห์การพัฒนาและการวางแผน Tourist Resort Herculane เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ สรุปได้ว่า การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่มี ศักยภาพ จะต้องให้แน่ใจว่ามีการรวมตัวกันของพื้นที่สถานที่ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นของประเทศและ ต่างประเทศ โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผ่านที่พักที่เหมาะสม มีโครงสร้างพื้นฐาน ทางธรรมชาติ หรือที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โครงสร้างการท่องเที่ยวที่พักรีสอร์ท

Chiu, L. K., Dzakhiria, H., Kasim, A., Scarlat, C. (2013) ทำการศึกษา ความจำเป็นที่ต้อง เข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของประเทศมาเลเซียและประเทศกำลังพัฒนา สรุปได้ว่า

ประเทศมาเลเซียตระหนักถึงศักยภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวมากขึ้น และยอมรับความสำคัญของการทำความเข้าใจพฤติกรรมกับจิตวิทยาการท่องเที่ยว มรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่นเดียวกับที่ การสร้างแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การศึกษาสนทนาประชานักท่องเที่ยว ระยะเวลาท่องเที่ยว ตรวจสอบความสำคัญของการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม พฤติกรรมเฉพาะของนักท่องเที่ยว ผู้จัดการภาครัฐและผลประโยชน์ทางธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลเชิงลึก สำหรับการพัฒนาแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพสำหรับมรดกทางวัฒนธรรม

Wan, Y. K. P. & Chan, S. H. J. (2013) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อเทศกาลอาหาร: กรณีศึกษาของมาเก๊า สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือเรื่องสถานที่และการเข้าถึงอาหาร, สิ่งอำนวยความสะดวกสถานที่สภาพแวดล้อม / บรรยากาศการบริการความบันเทิง เวลาและ ขนาดเทศกาล ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พอใจกับเทศกาลอาหารมาเก๊าและตั้งใจที่จะทบทวนและแนะนำผู้อื่น

8. กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) (โยธิน แสงวดี, 2558) ด้วยการเก็บข้อมูล 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ และขั้นที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย 2) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ 3) เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบการวิจัยดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก วิชาทักชุมชนสหกรณ์ใน ผู้นำผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ในพื้นที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และข้าราชการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีหน้าที่ในด้านการปกครองส่งเสริมการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับงานการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี

กลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ประชากรอนันต์ที่นับไม่ได้ โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อน + 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ กำหนด 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้บริหาร ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งกำหนดแจกแบบสอบถามจังหวัดละ 210 คน ในแต่ละจังหวัด รวมสองจังหวัดจำนวน 420 คน ได้รับแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 400 คน

เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การเก็บข้อมูลใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม เรื่องการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีกระบวนการสร้างเครื่องมือดังนี้

1) รวบรวมข้อมูลทบทวนวรรณกรรม และวิเคราะห์เชิงเอกสารที่เกี่ยวข้องในการกำหนดปัจจัยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัย คือ ผู้นำ, ความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน, ความพร้อมของสังคม, เศรษฐกิจชุมชน, ความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่าย ตัวแปรตาม ได้แก่ การเข้าร่วมเครือข่าย, การเห็นประโยชน์ของเครือข่าย, ความร่วมมือความต้องการในการ

มีส่วนร่วมในการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ ที่กำหนดให้ครอบคลุม โดยแบ่งคำถามออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ทำงาน ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ท่านรู้จักเครือข่ายการท่องเที่ยวบ้างหรือไม่ และท่าน/หน่วยงานของท่านสังกัดเครือข่าย สมาคม โดยแยกลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามแบบปิดหรือแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ และแบบคำถามปลายเปิด (Opened End) จำนวน 3 ข้อ รวม 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย แบ่งเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านความพร้อมของสังคม จำนวน 5 ข้อ
2. ด้านเศรษฐกิจชุมชน จำนวน 5 ข้อ
3. ด้านผู้นำเครือข่าย จำนวน 7 ข้อ
4. ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน จำนวน 7 ข้อ
5. ด้านความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย จำนวน 7 ข้อ

รวม 31 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย ด้านความร่วมมือของเครือข่าย รวม 3 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามแบบปิดหรือแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 9 ข้อ และเป็นคำถามแบบปิดหรือแบบตรวจสอบรายการ (Check List) กับแบบคำถามปลายเปิด (Opened End) ในข้อเดียวกัน จำนวน 3 ข้อ รวม 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ โดยมีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายเปิด (Opened End) รวมจำนวน 5 ข้อ

3) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การวิจัยมีการตรวจสอบข้อมูลแบบสอบถามเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างคือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยโดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญ (Subject Matter Specialists) ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Consistency : IOC) ระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน (รายชื่อในภาคผนวก) ทำการพิจารณาลงความเห็นและให้คะแนนดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามข้อนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าคำถามข้อนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย

-1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามข้อนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย

แล้วนำคะแนนที่ได้ในแต่ละข้อมาแทนค่าในสูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนจากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้ในข้อใดมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.67 คำถามข้อนั้นก็มีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัยใช้ได้ แต่ถ้าคำถามข้อใดมีค่าดัชนี 0.33 คำถามข้อนั้นจะปรับแก้ให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย แต่ถ้าคำถามข้อใดมีค่าดัชนี 0.00 คำถามข้อนั้นจะถูกตัดออกเพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงขึ้น

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ จากผู้ทรงคุณวุฒิ ไปทำการทดสอบ (Try Out) เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยคณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่ม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 3 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) กลุ่มภาคธุรกิจ (2) กลุ่มภาคสังคม (3) กลุ่มภาครัฐ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 30 คนแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.9827 ได้ผลสรุปว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้ (มากกว่า 0.80) (รายละเอียดในภาคผนวก)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) คณะผู้วิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือกับนักวิจัยในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และนักวิจัยในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ให้ช่วยในการเก็บข้อมูล

2) คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามสร้างความเข้าใจกับนักวิจัยที่จะลงพื้นที่เก็บข้อมูล สอบถามซักถามจนเกิดความเข้าใจในแบบสอบถาม

3) คณะผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อคำถามที่สอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์ จำนวน 400 ฉบับ มาลงรหัส เพื่อบันทึกข้อมูลและทำการวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้อธิบายผลการวิจัยด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ทางสถิติดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ใช้การวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

โดยเริ่มจากสถิติพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์จัดกลุ่ม การวิเคราะห์จำแนกประเภท และหาค่าความสัมพันธ์

ข้อมูลส่วนที่ 2 และ 3 ได้กำหนดข้อคำถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert 5 ระดับโดยมีเกณฑ์ให้ความสำคัญและการแสดงความคิดเห็นเป็น 5 คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- 1 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญหรือความคิดเห็นด้วย น้อยที่สุด
- 2 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญหรือความคิดเห็นด้วย น้อย
- 3 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญหรือความคิดเห็นด้วย ปานกลาง
- 4 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญหรือความคิดเห็นด้วย มาก
- 5 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญหรือความคิดเห็นด้วย มากที่สุด

จากการรวบรวมคะแนนที่ได้ เพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีคำนวณช่องว่างระหว่างระดับ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่องว่างระดับ (Range)} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว ได้กำหนดการแปลระดับความเห็น โดยแบ่งคะแนนเฉลี่ย ได้ 5 ระดับ ในแต่ละระดับมีขนาดระยะช่องว่างระหว่างระดับเท่ากับ 0.8 ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความสำคัญ และความเห็นมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความสำคัญ และความเห็นมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความสำคัญ และความเห็นปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 4.81 – 3.60 หมายถึง มีความสำคัญ และความเห็นน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความสำคัญ และความเห็นน้อยมากที่สุด

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน ด้วยการใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Correlation Coefficient) โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Hinkle D.E., 1998, p. 118)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
0.70 - .90	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
0.50 - .70	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
0.30 - .50	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
0.00 - .30	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

ขั้นที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ กลุ่มผู้บริหาร ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนรับผิดชอบกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ใน 2 จังหวัดคือ จังหวัดเพชรบุรี กับจังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้ให้ข้อมูล แบ่งออก 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. กลุ่มภาคธุรกิจเอกชน ผู้ประกอบการหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านสถานที่พัก, ร้านอาหาร, ร้านขายของที่ระลึก, วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์อื่นๆ ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี
2. กลุ่มภาคสังคม ผู้นำชุมชน ด้านศาสนาวัฒนธรรม วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี
3. กลุ่มภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและฝ่ายปกครองในส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยว ฝ่ายจังหวัด ฝ่ายปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี

เครื่องมือในการวิจัย

1. เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยการกำหนดร่างแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นกรอบที่กำหนด ได้แก่

- (1) บริบทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสังคมไทย

(3) ปัญหา อุปสรรค ในการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

(4) แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(5) ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

2. เครื่องมือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ด้วยการกำหนดร่างแนวทางการสนทนากลุ่มเป็นกรอบที่กำหนด ได้แก่

(1) บริบทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

(2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย

(3) ปัญหา อุปสรรค ในการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

(4) แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(5) ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

3. เครื่องมือการสัมมนาและการเสวนา ด้วยการกำหนดแนวทางการสัมมนาและการเสวนาทางออก เป็นกรอบที่กำหนด ทำกิจกรรม คือ

(1) การให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่าย

(2) การนำเสนอการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี กับ เพชรบุรี

(3) กิจกรรมปฏิบัติการรวบรวมปัจจัยเพื่อสร้างแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(4) การเสวนาแสดงความคิดเห็น

(5) สรุปรการเสริมหลักธรรมตามวิถีแห่งความเป็นไทย

การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยมีการสัมภาษณ์เชิงลึก มีการสนทนากลุ่ม และการจัดกิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และการเสวนาทางออก ซึ่งในกระบวนการมีการเก็บข้อมูลโดยการบันทึกเสียง ถ่ายภาพ และการสังเกตมีรายละเอียดดังนี้

1. วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) ใช้การเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง ทั้งสองจังหวัด จากผู้บริหาร ผู้นำ และผู้ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

(1) กลุ่มภาคธุรกิจผู้ประกอบการหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านสถานที่พัก, ร้านอาหาร, ร้านขายของที่ระลึก ของเอกชน วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ อื่นๆ ในพื้นที่

(2) กลุ่มภาคสังคม ผู้นำชุมชน ด้านศาสนาวัฒนธรรม วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมในพื้นที่

(3) กลุ่มภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและฝ่ายปกครองในส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยว เพื่อแนะนำบุคคลในการสัมภาษณ์ต่อ ใน

การสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก สองจังหวัดจังหวัดละ 15 คน รวม 30 คน รายละเอียดแสดงตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ผู้ให้ข้อมูล	จำนวน
ภาคธุรกิจ จังหวัดเพชรบุรี	1. โรงแรมลองบีช ชะอำ 2. กลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องแค 3. ร้านข้าวตังสุคันธา 4. ร้านกาแฟ	4
ภาคสังคม จังหวัดเพชรบุรี	1. วัดกำแพงแลง 2. กลุ่มไทยทรงดำ 3. กลุ่มไทยพวน 4. ดงตาลบ้านลาดเพชรบุรี	4
ภาครัฐ จังหวัดเพชรบุรี	1. เทศบาลเมืองเพชรบุรี 2. ประชาสัมพันธ์ เมืองเพชรบุรี 3. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี 4. การท่องเที่ยว เพชรบุรี 5. การท่องเที่ยวและกีฬา เพชรบุรี 6. สาธารณสุข จังหวัดเพชรบุรี 7. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	7
ภาคธุรกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี	1. สถานที่พัก ร้านอาหาร - บ้านสวนแผ่นดินแม่ วิถีไทยกับสายน้ำ - หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย 3. ร้านของที่ระลึก - ตลาดสามชุก 4. กลุ่มทอผ้าโบราณ อ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี	5
ภาคสังคม จังหวัดสุพรรณบุรี	1. วัดป่าเลไลยก์ 2. ผู้นำท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี 3. สื่อมวลชน 4. ชาติภูมิสถาน ป.อ. ปยุตโต 5. กลุ่มไทยทรงดำ	5
ภาครัฐ จังหวัดสุพรรณบุรี	1. การท่องเที่ยว 2. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ 3. องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี 4. เทศบาลจังหวัดสุพรรณบุรี 5. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	5
รวม		30

2. ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใช้การเลือกผู้ร่วมสนทนาแบบเจาะจง การศึกษาความเห็นของจากผู้บริหาร ผู้นำ และผู้ที่เกี่ยวข้อง 2 จังหวัด ในแต่ละจังหวัดดังนี้

จังหวัดเพชรบุรี ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม จำนวน 21 คน วันที่ 6 กันยายน 2559 เวลา 13.00 – 16.00 ณ หอประชุมภูมิแผ่นดิน สถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ที่ตั้ง 38 หมู่ 8 ถนนหาดเจ้าสำราญ ตำบลนาวิ่ง อำเภอเมือง จังหวัด เพชรบุรี 76000

จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม จำนวน 29 คน วันที่ 14 กันยายน 2559 เวลา 13.00 – 16.00 ณ ห้องประชุมแปดเหลี่ยม ชั้น 2 อาคารสวนแก้ว 2 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี ที่ตั้ง 57 หมู่ 2 ตำบลโคกโคเต่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

3. การจัดกิจกรรมสัมมนาเกี่ยวกับการเสวนา โครงการ แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใช้การเลือกผู้ร่วมกิจกรรมจากผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มตามความสมัครใจ เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวนประมาณ 51 คน เข้าร่วม สัมมนาและมีตัวแทนเข้าเสวนา แสดงในภาคผนวก วันที่ 4 - 5 ตุลาคม 2559 ณ โรงแรม ลองบีช ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

การตรวจสอบข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ประกอบด้วย

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลที่ได้มานั้นมีความถูกต้องหรือไม่ จากแหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งสถานที่ แหล่งบุคคล และช่วงเวลา เช่น ถ้าข้อมูลที่ได้มาต่างสถานที่ บุคคล และช่วงเวลา จะเหมือนหรือสอดคล้องกันหรือไม่

2) ตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigation Triangulation) โดยการตรวจสอบข้อมูลจากการเก็บข้อมูลในภาคสนาม ทั้งคณะผู้วิจัย ผู้ช่วยนักวิจัยหลังจากการเก็บข้อมูลแล้วมาบันทึกข้อมูลตรวจสอบข้อมูลด้วยกันให้ตรงกัน

3) การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายๆ วิธี ทั้งจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ระดับลึก การสนทนากลุ่ม การสัมมนา การเสวนา และการสังเกตในการสัมภาษณ์หรือการรวมกิจกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (บึงอร โสฬส, 2555, น. 115-117) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการจำแนกและแบ่งประเภทข้อมูล ตามลักษณะของเนื้อหาตามกลุ่มและลักษณะงาน ทำการจัดหมวดหมู่ นำมาวิเคราะห์ความเป็นเหตุเป็นผลเป็นข้อสรุปแบบย่อๆ และนำข้อสรุปย่อๆ นั้นมาเชื่อมโยงหรือผูกกัน เพื่อให้เป็นแนวทางของบทสรุปที่ได้จากการศึกษา ทั้งนี้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งคำนึงถึงบริบท (context) หรือสภาพแวดล้อม และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (interpretation)

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย 2) ศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ 3) กำหนดแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม สอบถามผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 2 จังหวัดคือ จังหวัดเพชรบุรี กับ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ถูกต้องกลับคืนมา จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 99.5 สัมภาษณ์เชิงปริมาณจำนวน 30 คน สันทนาการกลุ่ม สองกลุ่ม กลุ่มที่ 1) จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 21 คน กลุ่มที่ 2) จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 29 คน และการสัมภาษณ์กับการเสวนา จำนวน 51 คน นำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณและตามด้วยผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (ตามวัตถุประสงค์)เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์กับการเสวนา)

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

การเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 และจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 201 คนคิดเป็นร้อยละ 50.25 จากสถานประกอบการ หน่วยงานเอกชน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 และ ชุมชน ท้องถิ่น หน่วยงานราชการ จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 พบว่า

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	186	46.50
หญิง	214	53.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 24 ปี	16	4.00
25 - 34 ปี	71	17.75
35 - 44 ปี	97	24.25
45 - 54 ปี	121	30.25
55 - 64 ปี	73	18.25
65 ปี ขึ้นไป	22	5.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 45 - 54 จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา มีอายุระหว่าง 35 - 44 จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และรองลงมา มีอายุระหว่าง 55 - 64 จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3. จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	67	16.75
มัธยมศึกษา/ปวช.	130	32.50
อนุปริญญาตรี/ปวส.	53	13.25
ปริญญาตรี	113	28.25
ปริญญาโท	33	8.25
สูงกว่าปริญญาโท	4	1.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช.ปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาปริญญาตรี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และรองลงมา ประถมศึกษา จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม กลุ่มภาคอาชีพ

กลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ภาครัฐ	118	29.50
ภาคธุรกิจ	80	20.00
ภาคสังคม	57	14.25
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	145	36.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ในกลุ่มอาชีพ อื่นๆ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมาภาครัฐ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และรองลงมาภาคธุรกิจ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับประสบการณ์ทำงาน

ประสบการณ์ทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี - 10 ปี	206	51.50
11 ปี - 20 ปี	80	20.00
21 ปี - 30 ปี	43	10.75
31 ปี - 40 ปี	13	3.25
มากกว่า 40 ปี	1	0.25
ไม่ระบุ	57	14.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี ระดับประสบการณ์ทำงานระหว่าง 1 ปี - 10 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาระหว่าง 11 ปี - 20 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และรองลงมาระหว่าง 21 ปี - 30 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	160	40.00
15,001 - 20,000 บาท	96	24.00
20,001 - 25,000 บาท	40	10.00
25,001 - 30,000 บาท	36	9.00
30,001 - 35,000 บาท	17	4.25
มากกว่า 35,000 บาท	51	12.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และรองลงมา มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความหมาย “ความเป็นไทย”

ความหมาย “ความเป็นไทย”	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และศิลป์	112	28.00
2. การแสดงความเคารพ (การไหว้)	43	10.75
3. การใช้ภาษาไทย พูด ทักทาย	35	8.75
4. จริ่งใจ มีน้ำใจ มีเมตตา แบ่งปัน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือกัน	27	6.75
5.ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ไทย	26	6.50
6. วิถีการดำเนินชีวิต และภูมิปัญญา	26	6.50
7. มีอิสระ มีเสรีภาพ มีประชาธิปไตย	23	5.75
8. การมีรอยยิ้ม	21	5.25
9. การแต่งกาย	18	4.50
10. การกิน (อาหาร)	16	4.00
11. ที่อยู่อาศัย การเกิดในพื้นที่แผ่นดินไทย อยู่ร่วมกันทำ กิจกรรมร่วมกัน	16	4.00
12. สามัคคี และความกตัญญู	15	3.75
13. มีกริยามารยาท สุภาพ มีระเบียบ มีสัมมาคารวะ อ่อนโยนอ่อนน้อมถ่อมตน	12	3.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างให้ความหมาย “ความเป็นไทย” พบว่า ความเป็นไทย คือ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และศิลป์ จำนวน 112 ประเด็น คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมา การแสดงความเคารพ (การไหว้) จำนวน 43 ประเด็น คิดเป็นร้อยละ 10.75 และรองลงมา การใช้ภาษาไทย พูด ทักทาย จำนวน 35 ประเด็นคิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การรู้จักเครือข่ายการท่องเที่ยว

ความหมาย	จำนวน	ร้อยละ
รู้จักเครือข่ายการท่องเที่ยว	320	80.00
ไม่รู้จักเครือข่ายการท่องเที่ยว	80	20.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีการรู้จักเครือข่ายการท่องเที่ยว จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การสังกัด

เครือข่าย หรือ สมาคม	จำนวน	ร้อยละ
สังกัดเครือข่าย	65	16.25
สังกัดสมาคม	24	6.00
ไม่ได้สังกัดการเข้าร่วมเครือข่าย	311	77.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ไม่ได้สังกัดการเข้าร่วมเครือข่าย จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.75 มี การสังกัดเครือข่ายจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำคัญในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยรวม

(n=400 คน)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านความพร้อมของสังคม	3.77	0.78	มาก
2. ด้านเศรษฐกิจชุมชน	3.96	0.64	มาก
3. ด้านผู้นำเครือข่าย	3.89	0.71	มาก
4. ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	4.01	0.71	มาก
5. ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย	3.91	0.73	มาก
รวม	3.92	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92, S.D.=0.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=4.01, S.D.=0.71$) รองลงมาเป็นด้านเศรษฐกิจชุมชน ($\bar{X}=3.96, S.D.=0.64$) และด้านที่ต่ำที่สุดคือด้านความพร้อมของสังคม ($\bar{X}=3.77, S.D.=0.78$)

ตารางที่ 4.11 ระดับความสำคัญในรายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย

(n=400 คน)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านความพร้อมของสังคม			
1. มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	3.82	0.80	มาก
2. คนในชุมชนมีอัธยาศัย มีการแนะนำความรู้ความเข้าใจ กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	3.72	0.87	มาก
3. สินค้าและงานบริการในสังคม ถึงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนและพัฒนา	3.70	0.84	มาก
4. ความพร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัย และสถานพยาบาลสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างมี	3.79	0.88	มาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มาตรฐาน			
5. การดูแลขยะปฏิภูม และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	3.84	0.89	มาก
รวม	3.77	0.78	มาก
ด้านเศรษฐกิจชุมชน			
1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีงบประมาณ สนับสนุนส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	3.61	0.93	มาก
2. การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้	4.13	0.80	มาก
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ	4.13	0.74	มาก
4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่	4.04	0.76	มาก
5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	3.90	0.81	มาก
รวม	3.96	0.64	มาก
ด้านผู้นำเครือข่าย			
1. การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ	3.96	0.79	มาก
2. การมีความคิดสร้างสรรค์	3.91	0.82	มาก
3. เป็นผู้มีความตั้งใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม	3.93	0.87	มาก
4. ความสามารถด้านการประสานงาน และการใช้ประโยชน์	3.84	0.85	มาก
5. เป็นผู้มีความทะเยอทะยานในประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง	3.83	0.88	มาก
6. เป็นผู้ปฏิบัติสัมพันธ์ส่งเสริมผลักดันการมีส่วนร่วม	3.86	0.83	มาก
7. เป็นผู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่	3.94	0.84	มาก
รวม	3.89	0.71	มาก
ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน			
1. เสริมสร้างให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของคน	4.02	0.82	มาก
2. โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น	3.92	0.86	มาก
3. มีความเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกัน และกัน	3.99	0.86	มาก
4. มีควรละเมิดความเป็นตัวตน และความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน	3.97	0.83	มาก
5. การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม	4.04	0.87	มาก
6. การดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน	4.08	0.81	มาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
7. การอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติ พันธุ์ได้อย่างโดดเด่น	4.08	0.81	มาก
รวม	4.01	0.71	มาก
ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย			
1. การมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายในอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยว	3.81	0.87	มาก
2. การเป็นเครือข่ายควรมีข้อกำหนดที่ชัดเจนในความร่วมมือ	3.89	0.85	มาก
3. การสื่อสาร ข่าวน่าสนใจมีความถูกต้อง ต่อเนื่องเป็นปัจจุบันทั่วถึง	3.85	0.93	มาก
4. การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน	3.94	0.87	มาก
5. สมาชิกควรมีอิสระในความคิด เป็นตัวของตัวเองในการทำ กิจกรรม	3.93	0.87	มาก
6. สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกัน และกัน	4.03	0.83	มาก
7. การลดความขัดแย้ง และความตึงเครียดในชุมชน	3.96	0.86	มาก
รวม	3.91	0.73	มาก
รวมทั้งหมด	3.92	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D.=0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ $\bar{X} = 4.01$, S.D.=0.71) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงสุดที่สุด คือ การธำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน กับเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น ($\bar{X} = 4.08$, S.D.=0.81) รองลงมาเป็นเรื่องการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.04$, S.D.=0.87) และเรื่องต่ำที่สุด คือ โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.92$, S.D.=0.86)

ด้านความพร้อมของสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D.=0.78) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงสุดที่สุด คือ การดูแลขยะปฏิบัติ และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.84$, S.D.=0.89) รองลงมาเป็นเรื่องมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ($\bar{X} = 3.82$, S.D.=0.80) และเรื่องต่ำที่สุด คือ สินค้าและงานบริการในสังคม ถึงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนและพัฒนา ($\bar{X} = 3.70$, S.D.=0.84)

ด้านเศรษฐกิจชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D.=0.64) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงสุดที่สุด คือ การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้ กับเรื่องการท่องเที่ยวทำ

ให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ ($\bar{X}=4.13$, S.D.=0.80,074) รองลงมาเป็นเรื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ ($\bar{X}=4.04$, S.D.=0.76) และเรื่องที่ดีที่สุด คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีงบประมาณ สนับสนุนส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.61$, S.D.=0.93)

ด้านผู้นำเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$, S.D.=0.71) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงที่สุด คือ การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.79) รองลงมาเป็นเรื่องเป็นผู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่ ($\bar{X}=3.94$, S.D.=0.84) และเรื่องที่ดีที่สุด คือ เป็นผู้มีวาทะการเจรจาในประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง ($\bar{X}=3.83$, S.D.=0.88)

ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D.=0.73) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงที่สุด คือ สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกัน และกัน ($\bar{X}=4.03$, S.D.=0.83) รองลงมาเป็นเรื่องการลดความขัดแย้ง และความตึงเครียดในชุมชน ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.86) และเรื่องที่ดีที่สุด คือ การมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.81$, S.D.=0.87)

ส่วนที่ 3. เครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมไทย

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นในเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมไทย โดยรวม

(n=400 คน)

เครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมไทย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย			
1. เกิดการรวมกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	3.84	0.79	มาก
ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย			
2. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างโอกาสใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคม	4.05	0.77	มาก
ด้านความร่วมมือของเครือข่าย			
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาแต่ละพื้นที่	4.07	0.81	มาก
รวม	3.99	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นในเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมไทย ในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$, S.D.=0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความร่วมมือของเครือข่าย เรื่องการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาแต่ละพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$, S.D.=0.81) รองลงมาเป็นด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย เรื่องการท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างโอกาสใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.77) และด้านที่ต่ำที่สุดคือด้านการเข้าร่วมเครือข่าย เรื่องเกิดการรวมกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$, S.D.=0.79)

ส่วนที่ 4 การสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.13 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มีส่วนร่วม	315	78.75
ไม่มีส่วนร่วม	85	21.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 เหตุผลสรุปเพราะ ให้ความสนใจในเรื่องของชุมชน มีสถานะเป็นผู้นำชุมชน เป็นคณะกรรมการ และสมาชิกที่ต้องการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนเรื่องการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ประเพณี สืบสานวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนมีพลัง เกิดรายได้ในชุมชน สร้างสรรค์พัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด สังคมอยู่เย็นเป็นสุข ที่ไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 เหตุผลสรุปเพราะ ไม่สนใจ ไม่จำเป็น ไม่มีเวลาว่างในการเข้าร่วมในกิจกรรม รวมถึงยังไม่มีความรู้ความเข้าใจ และยังไม่มีการร่วมมือของเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ทำให้ไม่ได้รับการประสานงาน ติดต่อให้ร่วมกิจกรรมของเครือข่าย หรือยังไม่มีความรู้ทำให้ต่างคนต่างทำ

ตารางที่ 4.14 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การมีประโยชน์ของเครือข่าย

เครือข่ายมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มีประโยชน์	371	92.75
ไม่มีประโยชน์	29	7.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่า เครือข่ายมีประโยชน์ต่อกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.75 เหตุผลสรุปเพราะ เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ การสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งในภายในชุมชน ครอบครัว และท้องถิ่น ให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เกิดการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และดึงนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการพัฒนาครบวงจร และเชื่อมโยงทุกภาคส่วน ช่วยใน

การประสานงาน สร้างการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ส่งผลต่อหน่วยงานธุรกิจเจริญก้าวหน้าทำให้เกิดการซื้อขายสินค้า บริการ เกิดการแลกเปลี่ยนทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น กระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศไทย เพิ่มโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้คนในชุมชน หรือทำให้ชุมชนมีรายได้เสริม เป็นงานที่ต้องเชื่อมโยงต่อกัน ส่งเสริมงานซึ่งกันและกันทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ที่ไม่มีประโยชน์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 เหตุผลสรุปเพราะ ไม่สนใจ ไม่จำเป็น ในชุมชน ไม่มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเท่าที่ควร เป็นลูกจ้างไม่ต้องมีเครือข่ายอะไร และงานต่างสาขา หน่วยงานมีอิสระต่อกัน

ตารางที่ 4.15 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การมีเพื่อนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พัก	283	21.25
ร้านอาหาร	319	23.95
ร้านขายของที่ระลึกของฝาก	246	18.47
บริการรถโดยสาร	180	13.51
บริการท่องเที่ยว	152	11.41
ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว	136	10.21
อื่นๆ (แหล่งการเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น)	16	1.20
รวม	1,332	100

หมายเหตุ : ตอบข้อมูลได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี เพื่อนเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเภทร้านอาหาร จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 23.95 รองลงมาที่พัก จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 และรองลงมา ร้านขายของที่ระลึกของฝาก จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 18.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การส่งเสริมแนะนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

แนะนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เคยแนะนำ	324	81.00
ไม่เคยแนะนำ	76	19.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยแนะนำการส่งเสริมแนะนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ประเภทธุรกิจที่ส่งเสริมแนะนำ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พัก	250	22.48
ร้านอาหาร	253	22.75
ร้านขายของที่ระลึกของฝาก	216	19.42
บริการรถโดยสาร	138	12.41
บริการท่องเที่ยว	145	13.04
ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว	108	9.71
อื่นๆ (สถานที่ศึกษาดูงาน เป็นต้น)	2	0.18
รวม	1,112	100

หมายเหตุ : ตอบข้อมูลได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยส่งเสริมแนะนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ธุรกิจประเภทร้านอาหาร จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 รองลงมาที่พัก จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 22.48 และรองลงมา ร้านของที่ระลึก ของฝาก จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 19.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การพึ่งพา หรือได้รับการช่วยเหลือจาก ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจ

การพึ่งพาหรือได้รับการช่วยเหลือจากธุรกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	275	68.75
ไม่เคย	125	31.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับการพึ่งพาหรือได้รับการช่วยเหลือจากธุรกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ธุรกิจที่เคยพึ่งพา หรือได้รับการช่วยเหลือ จากธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พัก	202	22.17
ร้านอาหาร	196	21.51
ร้านขายของที่ระลึกของฝาก	145	15.92
บริการรถโดยสาร	129	14.16
บริการท่องเที่ยว	136	14.93
ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว	98	10.76
อื่นๆ	5	0.55
รวม	911	100

หมายเหตุ : ตอบข้อมูลได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยพึ่งพา หรือได้รับการช่วยเหลือ จากธุรกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจประเภทที่พัก จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 22.17 รองลงมา ร้านอาหาร จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 21.51 และรองลงมา ร้านขายของที่ระลึกของฝาก จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การแนะนำธุรกิจอื่นๆ ด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดให้มีการปรับปรุง

การแนะนำธุรกิจอื่นๆ ด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในจังหวัดให้มีการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
เคยแนะนำ	257	64.25
ไม่เคยแนะนำ	143	35.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยแนะนำธุรกิจอื่นๆ ด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในจังหวัดให้มีการปรับปรุง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ธุรกิจที่เคยแนะนำ ด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดให้มีการปรับปรุง

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พัก	186	22.06
ร้านอาหาร	198	23.49
ร้านขายของที่ระลึกของฝาก	132	15.66
บริการรถโดยสาร	105	12.46
บริการท่องเที่ยว	124	14.71
ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว	90	10.68
อื่นๆ	8	0.95
รวม	843	100

หมายเหตุ : ตอบข้อมูลได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยแนะนำด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดให้มีการปรับปรุง ธุรกิจประเภทร้านอาหาร จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 23.49 รองลงมาที่พัก จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 22.06 และรองลงมา ร้านขายของที่ระลึกของฝาก จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 15.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความต้องการได้รับการส่งเสริมธุรกิจ จากอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอื่น

ต้องการได้รับการส่งเสริมธุรกิจจากอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	330	82.50
ไม่ต้องการ	70	17.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นถึงความต้องการได้รับการส่งเสริมธุรกิจจากอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอื่น จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความต้องการได้รับการส่งเสริมธุรกิจ จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่น

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พัก	200	19.14
ร้านอาหาร	201	19.23
ร้านขายของที่ระลึกของฝาก	188	17.99
บริการรถโดยสาร	133	12.73
บริการท่องเที่ยว	179	17.13
ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว	139	13.30
อื่นๆ	5	0.48
รวม	1,045	100

หมายเหตุ : ตอบข้อมูลได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นถึงความต้องการได้รับการส่งเสริมธุรกิจจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภท ร้านอาหาร จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 19.23 รองลงมาที่พัก จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 19.14 และรองลงมา ร้านขายของที่ระลึกของฝาก จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 17.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความต้องการได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

ความต้องการได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	343	85.75
ไม่ต้องการ	57	14.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นถึงความต้องการได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความต้องการได้รับการช่วยเหลือ สนับสนุนจากหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัด	196	17.52
อบต./เทศบาล	229	20.46
การท่องเที่ยว	184	16.44
ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว	187	16.71
หน่วยงานรักษาความปลอดภัย	163	14.57
การบริการทางการแพทย์	107	9.56
อื่นๆ	53	4.74
รวม	1,119	100

หมายเหตุ : ตอบข้อมูลได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นถึงความต้องการได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว คือ อบต./เทศบาล จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 20.64 รองลงมา จังหวัด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 17.52 และ รองลงมา ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 16.71 ตามลำดับ

สิ่งที่ต้องการให้ช่วยเหลือ คือ เรื่องขยะ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และความสงบของประชาชน เงินทุน งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดทำป้ายชื่อถนน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว และแนะนำการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมสถานที่ให้คนรู้จักอย่างทั่วถึง รวมถึงการส่งเสริมเครือข่ายและความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.26 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความสำคัญกับธุรกิจกับการมีเครือข่ายการท่องเที่ยว

เครือข่ายการท่องเที่ยวมีความสำคัญกับธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
มี ความสำคัญ	296	74.00
ไม่มี ความสำคัญ	104	26.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นถึงความสำคัญการมีเครือข่ายการท่องเที่ยวกับธุรกิจ จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 เพราะประโยชน์เรื่องรายได้เพิ่มขึ้น จากเครือข่ายช่วยแนะนำนักท่องเที่ยว จะได้มีนักท่องเที่ยวเพิ่ม มีคนมามากขึ้นใช้บริการเพิ่มขึ้น

เครือข่ายช่วยในการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว และแนะนำข้อมูลที่รวดเร็วชัดเจน ช่วยส่งเสริมช่วยสนับสนุนด้านธุรกิจให้ดีขึ้น เป็นที่รู้จักมากขึ้น การช่วยเหลือกันทั้งด้านข้อมูล ศูนย์รวมการหารือถึงปัญหาต่างๆ และการเชื่อมโยง ก่อให้เกิดภาคร่วม เพิ่มเครือข่าย เพิ่มสมาชิกการใช้บริการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ส่วนกลุ่มที่ไม่เห็นความสำคัญเพราะว่า ไม่สนใจ ยังไม่มีธุรกิจเป็นของตัวเอง ยังไม่เกี่ยวข้องโดยตรง

ตารางที่ 4.27 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความคิดเห็นในการเข้าร่วมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นการเข้าร่วมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เข้าร่วม	270	67.50
คิดดูก่อน	104	26.00
ไม่ต้องการ	26	6.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นกับการเข้าร่วมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมา คิดดูก่อน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และรองลงมา ไม่ต้องการ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้เกิด

การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้เกิดความร่วมมือ	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเสริมให้ต่างชาติมาเที่ยวมากขึ้น	242	30.25
ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย	340	42.50
ส่งเสริมให้นักเรียน/นักศึกษาเข้ามาเที่ยว	191	23.88
อื่นๆ	27	3.38
รวม	800	100

หมายเหตุ : ตอบข้อมูลได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้เกิดความร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา ส่งเสริมให้ต่างชาติมาเที่ยวมากขึ้น จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และรองลงมาส่งเสริมให้นักเรียน/นักศึกษาเที่ยว จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 23.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 จำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การช่วยเหลือเครือข่ายหรือความร่วมมือทางการท่องเที่ยว

การช่วยเหลือเครือข่ายหรือความร่วมมือทางการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเสริมสินค้าและบริการ	273	26.48
ช่วยเหลือการโฆษณาประชาสัมพันธ์	299	29.00
ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสาร	265	25.70
ทำกิจกรรมร่วมกัน	192	18.62
อื่นๆ	2	0.19
รวม	1,031	100

หมายเหตุ : ตอบข้อมูลได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในการช่วยเหลือเครือข่ายหรือความร่วมมือทางการท่องเที่ยว เรื่องการช่วยเหลือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา ส่งเสริมสินค้าและบริการ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 26.48 และรองลงมาให้ความรู้ข้อมูลข่าวสาร จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 18.62 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

1. ปัญหา อุปสรรค ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด แยกเป็นด้านดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจชุมชน ประกอบด้วย

- (1) เศรษฐกิจหดตัว รายได้ลดลงเป็นปัญหาเศรษฐกิจของสังคมในปัจจุบัน
- (2) ขาดการสนับสนุนเงินทุนงบประมาณ และ
- (3) การกระจายรายได้ยังไม่ทั่วสังคม

2. ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย

- (1) การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางยาก การขนส่งสาธารณะไม่ทั่วถึงสถานที่ท่องเที่ยว และระบบขนส่งมวลชนไม่มีมาตรฐาน เรื่องความสะอาด และความปลอดภัย
- (2) ขาดศูนย์อำนวยความสะดวก ที่มีการรวบรวมข้อมูลเป็นหนึ่งเดียว ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว ความสะดวกที่พัก ร้านอาหาร
- (3) ขาดความมั่นใจด้านปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การจัดการสุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม
- (4) ขาดการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว บางแห่งขาดการดูแลสถานที่เรื่องความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกและ เรื่องขยะ ป้ายบอกชื่อถนน ซอยเก่าชำรุดแตกหัก ไม่ชัดเจนไม่เพียงพอมีน้อย และสายโทรศัพท์ สายเคเบิลไม่เรียบร้อยรุงรัง

(5) ขาดการสร้างเอกลักษณ์ความโดดเด่น และไม่มีกิจกรรมในแต่ละช่วงของการท่องเที่ยวที่ น่าดึงดูด รวมถึงสินค้าและบริการ

(6) มลพิษต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้านกลิ่น อากาศ ฝุ่นละออง และ ทัศนียภาพจากโรงงาน อุตสาหกรรมหรือแหล่งที่ก่อให้เกิด

3. ด้านการส่งเสริมของภาครัฐ ประกอบด้วย

(1) ขาดการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

(2) การประสานงานส่วนราชการ มีขั้นตอนมาก ไม่ต่อเนื่อง

(3) หน่วยงานท้องถิ่นทำการส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเรื่องแหล่งท่องเที่ยวยังน้อย และยังไม่เอื้อ อำนวยต่อสังคม

(4) เกิดความขัดแย้งจากเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นผลมาจากองค์กรภาครัฐเข้ามา แสวงหาผลประโยชน์โดยไม่ได้ช่วยเหลือ

4. ด้านการจัดการ ประกอบด้วย

(1) ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการการท่องเที่ยว เช่น ในด้านข้อมูลข่าวสาร การ ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว และการใช้ความรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ที่จะ ดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่วนมากเป็นการเรียนแบบกันทำให้ขาดความโดดเด่น และด้านการตลาด ในการ สร้างมาตรฐาน เช่น ราคาสินค้าบริการที่เหมาะสม

(2) ขาดการวางแผน การพัฒนานโยบาย ความรู้ด้านเทคโนโลยี และแนวคิดสร้างสรรค์ ใน การจัดการทรัพยากร และการจัดระบบการท่องเที่ยว

(3) ขาดความร่วมมือภายในจังหวัด และขาดความร่วมมือของทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง

(4) ขาดการบูรณาการร่วมกัน ในการผสมผสานความเข้าใจของชุมชน ให้คิดรู้ และเข้าใจตรงกัน เกิดการทำงานร่วมกัน จากความร่วมมือของทุกคนในชุมชน มีการรวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียว

(5) การประสานงานเครือข่ายขาดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง และมีความล่าช้า

5. ด้านคน ประกอบด้วย

(1) การสื่อสารของคน เช่น การพูดขาดความสุภาพ และการใช้ภาษา(อังกฤษ) กับ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

(2) นักท่องเที่ยวขาดจิตสำนึก และคนในชุมชนขาดจิตสำนึกการเป็นคนดี เช่น มีความเห็นแก่ ตัว ทุกคนต้องได้รับประโยชน์ มีการแบ่งชั้นวรรณะของคนในสังคม และพื้นฐานของคนยุคใหม่ไม่ สนใจในวัฒนธรรม

(3) ขาดผู้นำชุมชนที่มีวิสัยทัศน์ มีทัศนคติที่จะพัฒนาท้องถิ่นให้มีความโดดเด่นในด้านการ ท่องเที่ยว

(4) ชาวบ้าน และชุมชนยังไม่มี ความสนใจ เข้าใจ เรื่องการท่องเที่ยว และเปิดใจรับกับ เศรษฐกิจใหม่ๆ ที่เข้ามาสู่ชุมชน และความไม่เข้าใจกันทำให้คนอยู่ด้วยกันบอกกันแนะนำกันจะไม่ เชื่อถือกัน

2. ปัญหา หรืออุปสรรคในการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความ เป็นไทย ประกอบด้วย

- (1) ความเข้าใจในอัตลักษณ์ความเป็นไทย และการนำเสนอความงามของศิลปวัฒนธรรมที่ถูกต้องเหมาะสม
- (2) ความขัดแย้งในชุมชน ความไม่เข้าใจกัน ในเรื่องของคนที่ไม่ให้ความร่วมมือ ในการรวมเครือข่ายหรือการเชื่อมต่อกันต่างๆ ทุกภาคส่วน
- (3) การจัดสรรผลประโยชน์ ความสามัคคี ความน่าเชื่อถือ การระดมทุน เวลาที่ตรงกัน
- (4) การจัดการคุณภาพบริการ ที่เกี่ยวข้องกับคน ทรัพยากรบุคคล ในการดำเนินการ เพราะบุคลากรอาจขาดความรู้ความสามารถ หรือไม่มีเวลาที่จะร่วมเครือข่าย
- (5) ผู้นำที่จริงใจ เอาจริง และเชิญชวนทุกคนร่วมกันสร้างความเป็นไทย เป็นคนกลางในการประสาน ผู้นำที่เข้มแข็ง ต้องมีจิตสำนึกถึงด้านคุณธรรมอันดีงาม ต้องปลูกจิตสำนึกของคนในชาติ ให้รักในขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ต้องเป็นผู้เสียสละ
- (6) การประสานงาน การทำงานร่วมกัน การทำกิจกรรมร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของบุคคล ในพื้นที่ชุมชนที่การเข้าใจสภาพแวดล้อม
- (7) ความร่วมมือในภาครัฐและเอกชน ทุกภาคส่วนแบบยั่งยืน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทุกหน่วยงานต่างๆ รวมถึงความจริงใจในการเข้ามาดูแลของหน่วยงานภาครัฐ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- (8) พอสร้างเครือข่ายแล้วไม่ติดตามขยายผลอย่างต่อเนื่อง

3. ปัญหา หรืออุปสรรคในแนวทางการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยที่ต้องให้ความสำคัญ แยกได้ดังนี้

1. การจัดการ ประกอบด้วย
 - (1) สร้างความสามัคคีที่เป็นหนึ่งเดียวกัน มีความร่วมมือร่วมใจกันในการลงความเห็น และพัฒนาชุมชน มีน้ำใจต่อกัน ช่วยเหลือกัน การเข้าใจในชุมชนและสภาพแวดล้อมด้วยใจที่เสียสละ และให้เกียรติกันเพื่อความร่วมมืออย่างจริงจัง ทั้งข้าราชการ เอกชน ประชาชน
 - (2) สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน และทุกภาคส่วนต้องร่วมแรงร่วมใจกัน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก
 - (3) สร้างระบบการประสานงาน ที่มีความน่าเชื่อถือ ทำให้ชุมชนเห็นประโยชน์ของเครือข่าย
 - (4) สร้างการเชื่อมเครือข่าย การมีส่วนร่วม การสร้างความรู้ ความเข้าใจร่วมกัน และประโยชน์ที่จะได้รับ
 - (5) จัดการผลประโยชน์ทุกฝ่ายได้รับ การเงิน งบประมาณ
 - (6) คุณภาพของสินค้า การบริการที่ได้มาตรฐาน สะอาด และปลอดภัยถูกสุขลักษณะ ส่งเสริมสินค้าพื้นบ้าน และการบริการที่ดี
 - (7) การส่งเสริมให้การปรึกษา การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยว ไทย การส่งเสริมกิจกรรมร่วม ส่งเสริมให้ต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย สามารถปรึกษาหรือถามแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อการบริหารอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาท่องเที่ยว

2. ด้านคน ประกอบด้วย

(1) ผู้นำเป็นส่วนสำคัญที่สุด ต้องเข้าใจในบทบาทหน้าที่ สร้างความสามัคคี / สร้างแรงจูงใจ ใช้เครือข่ายอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และชี้แจงชาวบ้านไปทิศทางเดียวกัน

(2) การจัดการคน ปลุกจิตสำนึกคนท้องถิ่น พัฒนาคุณภาพคนหรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีความรู้ในพื้นที่ และสามารถดูแลให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวร่วมกัน

(3) การแต่งกาย การรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ค่านิยมของคนไทย life style ของไทย เช่น ยิ้มสยาม ความโอบอ้อมอารี

(4) มีความจริงใจ วัฒนธรรม จารีต ประเพณีของไทยอย่างแท้จริง สร้างความเข้าใจ และเคารพในเอกลักษณ์ในแต่ละวัฒนธรรมของชุมชน

3. ด้านแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม

(2) สร้างจุดเด่น จุดขายของแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจน และแสดงป้ายจราจรแจ้งเตือนตามจุดต่างๆ

(3) ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดต้องเข้ามาประสานกับชุมชน หน่วยงานท้องถิ่นนั้นๆ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

(4) สร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย แล้วนำความเป็นเอกลักษณ์เป็นจุดขาย ที่แสดงออกถึงเพื่อน หรือมิตรที่ดี อย่าเอาไรต์เอาเปรียบกับนักท่องเที่ยว

(5) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง มีการกระจายความรู้ความสามารถ การอบรมหน่วยงาน ชุมชน ท้องถิ่น การสื่อสารภาษา (อังกฤษ) พุดจาไพเราะ ความเป็นไทย

(6) ควรเริ่มสร้างเครือข่ายจากท้องถิ่น ด้วยการจัดประชุมสัมมนา และชี้แนะแนวทาง จุดแข็ง และจุดอ่อน เครือข่ายการประสานให้เป็นหนึ่งเดียว ชุมชนต้องเข้มแข็ง และรัฐต้องช่วยส่งเสริมให้เครือข่ายเข้มแข็ง

4. เครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยควรมีบทบาท แยกได้ดังนี้

1. เรื่องเครือข่าย ประกอบด้วย

(1) เครือข่ายควรส่งเสริมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และการบริการควบคุมทุกพื้นที่

(2) เครือข่ายควรส่งเสริมให้ประชาชน ในพื้นที่ และเข้ามามีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยว ส่งเสริมกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายของการท่องเที่ยว

(3) เครือข่ายควรนำเอกลักษณ์ความเป็นไทย เป็นจุดขาย และส่งเสริมคนในพื้นที่ให้ ความสำคัญกับแขกผู้มาเยือนด้วยน้ำใจจริง ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกขึ้น

เรื่องการสื่อสารส่งเสริมเครือข่าย ประกอบด้วย

(1) แจ้งข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย การสื่อสาร โฆษณา การประชาสัมพันธ์ แนะนำการท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ และการสื่อสารภาษาต่างชาตินักท่องเที่ยว

(2) ส่งเสริมในเรื่องของการทักทาย การพุดจา ไพเราะ และสุภาพ

(3) ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณี และมรดกไทย ให้คนในชุมชน ท้องถิ่น สามารถมีส่วนร่วม การอนุรักษ์วัฒนธรรม ความเป็นไทยเพื่อเป็นเอกลักษณ์ และ อัตลักษณ์ให้คงไว้ โดยการจัดกิจกรรม เชิญชวนคนท่องเที่ยวแบบความเป็นไทย และให้คนที่มาร่วมมีกิจกรรมที่สนุกสนานบนพื้นฐานความ

เป็นไทย หรือช่วยสืบสานวัฒนธรรมไทย ที่เป็นวัฒนธรรมของจังหวัดนั้นๆ เพราะแต่ละจังหวัดจะมี วัฒนธรรมไม่เหมือนกัน

(4) การจัดนิทรรศการต่างๆ ดำเนินกิจกรรมท้องถิ่น ให้ไม่ต้องพึ่งทางภาครัฐ ให้มีการจัด กิจกรรมร่วมกันชุมชน แสดงออกให้เห็นถึงความเป็นไทย รักษาขนบธรรมเนียมประเพณีไทย รักษา ศิลปวัฒนธรรมได้ดีขึ้น และดึงดูดเด่นออกมาใช้

(5) สร้างจิตสำนึกที่บ้านเกิด และ Service mind ส่งเสริมให้ความรู้ด้านวัฒนธรรมใน ท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ วัฒนธรรมประเพณีไทยควรอนุรักษ์ภูมิปัญญา เคารพคติความเชื่อของ ชุมชน

2. เรื่องการประสานงานให้ชุมชนเกิดความร่วมมือทำกิจกรรมร่วมกัน

(1) สร้างความเข้าใจในชุมชนอย่างทั่วถึง โดยให้ความสำคัญ เสมอภาค เข้าถึงความจริง

(2) ดูแลคนในเครือข่าย ตรวจสอบผู้ประกอบการ ไม่ให้เอาเปรียบนักท่องเที่ยว โดยกำหนด ราคาสินค้า และที่พักให้อยู่ในความเหมาะสม

(3) สร้างการมีส่วนร่วมกันทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงาน และประชาชน ผลักดันในทุกๆ ด้าน โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญในการท่องเที่ยวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นำสิ่งที่สร้างสรรค์เข้ามา พัฒนาในการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

(4) ควบคุมดูแลผลประโยชน์ของส่วนรวม เป็นที่ปรึกษา และเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรม พึ่งพาอาศัยกัน ร่วมมือกันทั้ง ภาคเอกชน ประชาชน

(5) รวมเครือข่ายให้แน่นยิ่งขึ้น ร่วมเป็นเจ้าของที่ดี รับฟังความคิดเห็น เห็นประโยชน์ของ ส่วนรวมเป็นหลัก

(6) มีการลงพื้นที่ดูสถานที่จริง ทำร่วมกับชุมชน ลดเทคโนโลยี เป็นไปตามธรรมชาติดีที่สุด ส่งเสริมชุมชน ส่งเสริมให้ต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทย

(7) สนับสนุนซึ่งกันและกันพูดภาษาเดียวกัน เข้าใจความต้องการซึ่งกันและกัน มีความหวังดี มีความปรารถนาดีต่อกัน ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ให้เกียติยกย่องในความแตกต่าง มีความจริงที่จะ ช่วยเหลือความเป็นไปได้ในเรื่องนั้นๆ และไม่เกิดข้อโต้แย้งกัน ระหว่างองค์กรในเครือข่าย และกับ ชุมชนในพื้นที่

3. เรื่องการพัฒนาความรู้ ภาวะเป็ยบของคนในเครือข่าย ประกอบด้วย

(1) ส่งเสริมภาวะเป็ยบ ข้อบังคับ ที่ใช้ปฏิบัติร่วมกัน

(2) ให้ความรู้ ให้การเรียนรู้ กระจายความรู้ ความเข้าใจ จัดการให้ข้อมูล สร้างความรู้ ให้ การศึกษาดูงานส่งเสริมแนวคิดในเรื่องของเศรษฐกิจพอเพียง กินของไทยใช้ของไทย คงไว้ซึ่งความเป็น ไทย และสร้างเสริมความเป็นไทยให้เป็นเอกลักษณ์สู่สากลเพื่อดึงนักท่องเที่ยว

(3) ปลุกจิตสำนึก ตระหนักในความเป็นไทย เน้นความสามัคคี เผยแพร่ความรู้ มองเห็น ประโยชน์ที่ได้รับ สร้างคนในชุมชนให้ความจริงใจในการท่องเที่ยวหรือสร้างจิตสำนึกในความเป็นคนมี วัฒนธรรมไทย, ท้องถิ่น มีความรับผิดชอบในหน้าที่ มีความเสียสละและความคิดสร้างสรรค์

(4) ผู้นำต้องเข้มแข็งในการประสานเครือข่าย พัฒนา สร้างสรรค์ สิ่งใหม่ๆ แต่ยังคง เอกลักษณ์พื้นถิ่นนั้นๆ มีน้ำใจ อภัยที่ยิ่งใหญ่ ช่วยเหลือกัน เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริตเป็นคนดี ช่วยเหลือ สังคม

(5) ส่งเสริมความรู้ดูแลความปลอดภัย รักษาความสะอาด เพิ่มพื้นที่หรือสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ เพิ่มสถานที่ที่ได้มาตรฐาน ทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีการสำรวจแต่ละท้องถิ่นที่มีความพร้อมต้องการเป็นชุมชนในการท่องเที่ยว

4. เรื่องกระบวนการเครือข่าย ประกอบด้วย

(1) การสร้างเครือข่าย การเชื่อมเครือข่าย ประสานความร่วมมือ ช่วยพัฒนา วางแผน และแก้ปัญหาการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วน

(2) เครือข่ายต้องเข้มแข็งเอาจริงกับงานที่ทำ การจัดระบบ ต้องประสานงานกับจรรยาในหน่วยงาน

(3) สร้างแบรนด์ และเน้นคุณภาพ ทำให้มีการตื่นตัวมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมาย

(4) ชี้แนะผลดี ผลเสียในกิจกรรมบางกรณีเพื่อปรับปรุงรายได้ สินค้า ให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเชื่อถือได้กับชุมชนที่นำของดีของแต่ละชุมชนมาจำหน่าย

(5) เสริมสร้างรายได้ให้ประชาชน ชุมชน และประเทศชาติ รายได้ทางด้านบริการครบวงจรได้เอื้อผลประโยชน์กัน ส่งเสริมสินค้า และบริการในความเป็นเอกลักษณ์ไทย เสริมสร้างรายได้

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย

(1) ขอให้คนในพื้นที่ช่วยกันแนะนำการท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส กับนักท่องเที่ยว

(2) สร้างจิตสำนึกให้ชุมชน และหวงแหนวัฒนธรรม เรียนรู้เรื่องขนบธรรมเนียมประเพณีเก่าๆ จากผู้สูงอายุในท้องถิ่นนั้นๆ

(3) ส่งเสริมเยาวชนยุคใหม่ให้ซึมซับความรู้ ความเป็นไทยมากขึ้น ในเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี ปรับกลวิธีในการพัฒนาศักยภาพเด็กเยาวชนให้เรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมมากขึ้น

(4) สร้างจิตสำนึกให้รู้วัฒนธรรมของหมู่บ้าน เชิดชูอัตลักษณ์เอกลักษณ์ การจัดกิจกรรม ที่ให้ชุมชนได้สัมผัสชุมชนได้รู้จักมารยาทสังคม รู้จักคุณค่าของวัฒนธรรม

2. ด้านความรู้กับเครือข่าย ประกอบด้วย

(1) พัฒนาคณะบุคคลภาพ ทักษะคติของประชาชน ควรลดความเห็นแก่ตัว ไม่เห็นผลประโยชน์ของตัวเองมากเกินไป ให้คนไทยมีความสำคัญต่อกันและกันให้มากที่สุด ให้ความช่วยเหลือกันมากขึ้น เชิญผู้เกี่ยวข้องหลายองค์กรเข้าร่วมงานเพื่อสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง

(2) ส่งเสริมให้ประชากรผู้สูงอายุได้รับการอบรมในการให้บริการท่องเที่ยวคล้ายๆ กับประเทศญี่ปุ่น ผู้สูงอายุที่สามารถทำงานได้ก็จะอยู่ในกลุ่มบริการท่องเที่ยว

(3) ควรจัดอบรมเรียนรู้ ให้เครือข่ายนำชาวบ้านไปศึกษาดูงาน เรียนรู้ต่างจังหวัดให้ครอบคลุมรากหญ้า

(4) ควรส่งเสริมสนับสนุนข้อมูลพื้นฐาน สร้างจุดแข็งของชุมชนให้เป็นรูปธรรม

(5) ควรจะมีจุดให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ที่ร้านขายของฝาก

(6) การทำกิจกรรมต่างๆ ควรมีความต่อเนื่อง และจริงจังเพื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และต้องได้รับความร่วมมือจาก ภาครัฐ ประชาชน นักท่องเที่ยว

(7) กิจกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ ความภูมิใจในภูมิปัญญาทำไรที่ได้จะแฝงอยู่ที่ประเมินค่ามิได้ให้ทำจริงทำได้ชาติไทยเจริญ

(8) ให้แต่ละจังหวัดสำรวจพื้นที่ๆ พร้อมเปิดตัวเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว

(9) ต้องหาวิธีให้ข่าวสารแก่ชุมชนให้ทั่วถึง เพราะส่วนใหญ่ชุมชนจะไม่ค่อยทราบข่าว จะรู้เป็นการเฉพาะกลุ่ม

3. ด้านภาครัฐ ประกอบด้วย

(1) ภาครัฐควรมีจุดยืน หรือทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจน, ก่อนลงมือพัฒนาอะไรควรให้ประชาชนมีส่วนร่วม และควรมีการลงพื้นที่ ที่จะพัฒนาให้ดี และควรดึงผู้มีความรู้เข้ามาร่วมเป็นที่ปรึกษา ร่วมทำงานให้ความเป็นไทยคงอยู่ตลอดไป

(2) ภาครัฐควรให้ความสำคัญด้านการพัฒนาธุรกิจ และเครือข่าย สนับสนุนงบประมาณ ใช้จุดเด่นมองความเป็นไทยกับทุกๆ คนเผ่า เป็นจุดขาย

(3) รัฐบาลต้องช่วยเหลือสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ กระจายงบมาจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อฝึกฝนบุคลากรในท้องถิ่น

4. ด้านการบริการ สินค้า ราคา ประกอบด้วย

(1) พัฒนาเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวได้แจ้งเรื่องก่อนว่าจะไปที่ไหน เพราะทางชุมชนจะได้ช่วยระวัง มีเมตตาจิตอันดีงามกับนักท่องเที่ยว ช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา

(2) การส่งเสริมด้านผลผลิตของชุมชน เช่น หัตถกรรมไทย อาหารไทย เอกลักษณ์ไทย เป็นต้นควบคุมราคาสินค้าไม่ให้แพงจนเกินไป และราคาพื้นที่เช่า ขายของ เน้นเรื่องเวลาและราคาให้เด่นชัด เรื่องราคาอาหารที่ชัดเจนเป็นธรรม

(3) พัฒนาเรื่องของร้านค้าบริการเรื่องของราคาอาหาร ให้เป็นธรรม มีมาตรฐาน

(4) สถานที่ใช้งบประมาณบูรณะสถานที่ ทำป้ายชี้ทางไปแหล่งท่องเที่ยว แก้ปัญหาขยะ และส่งเสริมเรื่องความปลอดภัย จากโจรผู้ร้าย แก้ปัญหาการจราจรให้คล่องตัว

(5) ถ้ามีเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกิดได้จริงๆ จะทำให้บ้านเมืองมีความเจริญทัดเทียมชาติอื่นที่เป็นชาติที่พัฒนาแต่ “ทำอะไรก็แล้วแต่ให้ยึดหลักความเป็นจริงไม่ใช่วิชาการ”

การทดสอบสมมติฐาน

เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย การเห็นประโยชน์ ของเครือข่าย และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมไทย โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Correlation Coefficient)

จากภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม ในด้านการเข้าร่วมเครือข่าย ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่ายและด้านความร่วมมือของเครือข่าย ทำการทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย

สมมุติฐาน 1 : ชุมชน และสังคมขาดผู้นำในการสร้างความร่วมมือในเรื่องการท่องเที่ยวและไม่เห็นประโยชน์ของเครือข่ายการท่องเที่ยว

H_0 ชุมชน และสังคมขาดผู้นำในการสร้างความร่วมมือในเรื่องการท่องเที่ยวและไม่เห็นประโยชน์ของเครือข่ายการท่องเที่ยว

H_1 ชุมชน และสังคมขาดผู้นำในการสร้างความร่วมมือในเรื่องการท่องเที่ยวและเห็นประโยชน์ของเครือข่ายการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผู้นำกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ผู้นำกับเครือข่ายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	.515**	.000
2. ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	.496**	.000
3. ด้านความร่วมมือของเครือข่าย	.468**	.000
ภาพรวม	.563**	.000

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ผู้นำกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม พบว่า ในภาพรวม ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) แสดง มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.563$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้าน ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) แสดงว่าด้านการเข้าร่วมเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.515$) ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ($r=.496$) และด้านความร่วมมือของเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ($r=.486$)

สมมุติฐาน 2 : คนในชุมชนไม่มีความต้องการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

H_0 คนในชุมชนไม่มีความต้องการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

H_1 คนในชุมชนมีความต้องการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	.467**	.000
2. ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	.502**	.000
3. ด้านความร่วมมือของเครือข่าย	.471**	.000
ภาพรวม	.564**	.000

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมพบว่า ในภาพรวม ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดง มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.564$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้าน ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าด้านการเข้าร่วมเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ($r=.467$) ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.502$) และด้านความร่วมมือของเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ($r=.471$)

สมมติฐาน 3 : ผู้ประกอบการในชุมชนและสังคมยังขาดความพร้อมในเรื่องความร่วมมือจึงมีผลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายการท่องเที่ยว

H_0 ผู้ประกอบการในชุมชนและสังคมยังขาดความพร้อมในเรื่องความร่วมมือจึงมีผลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายการท่องเที่ยว

H_1 ผู้ประกอบการในชุมชนและสังคมมีความพร้อมในเรื่องความร่วมมือจึงมีผลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในเรื่องความร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ความพร้อมในเรื่องความร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	.529**	.000
2. ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	.504**	.000
3. ด้านความร่วมมือของเครือข่าย	.481**	.000
ภาพรวม	.581**	.000

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ความพร้อมในเรื่องความร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมพบว่า ในภาพรวม ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดง มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.581$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้าน ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าด้านการเข้าร่วมเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.529$) ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.504$) และด้านความร่วมมือของเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ($r=.481$)

สมมุติฐาน 4 : เศรษฐกิจของชุมชนไม่มีอิทธิพลต่อการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

H_0 เศรษฐกิจของชุมชนไม่มีอิทธิพลต่อการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

H_1 เศรษฐกิจของชุมชนมีอิทธิพลต่อการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์เศรษฐกิจกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	.543**	.000
2. ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	.542**	.000
3. ด้านความร่วมมือของเครือข่าย	.520**	.000
ภาพรวม	.619**	.000

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์เศรษฐกิจกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมพบว่า ในภาพรวม ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดง มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.619$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้าน ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าด้านการเข้าร่วมเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.543$) ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.542$) และด้านความร่วมมือของเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.520$)

สมมุติฐาน 5 : ผู้ที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจในกลุ่มชนยังขาดความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

H_0 ผู้ที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจในกลุ่มชนยังขาดความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

H_1 ผู้ที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจในกลุ่มชนมีความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	.571**	.000
2. ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	.550**	.000
3. ด้านความร่วมมือของเครือข่าย	.550**	.000
ภาพรวม	.640**	.000

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมพบว่า ในภาพรวม ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) แสดง มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.640$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้าน ค่า P-value มีค่า .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 จึงปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) แสดงว่าด้านการเข้าร่วมเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.571$) ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.550$) และด้านความร่วมมือของเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.550$)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก กับการสนทนากลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ภาคสังคม คือ ผู้นำชุมชน ด้านศาสนาวัฒนธรรม วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อม ภาคธุรกิจ คือ สถานที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกของเอกชน วิชาหกิจชุมชน สหกรณ์ภาครัฐ คือ การท่องเที่ยว ฝ่ายจังหวัด ฝ่ายปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัย ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลในจังหวัดสุพรรณบุรี

จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับการสนทนากลุ่มในจังหวัดสุพรรณบุรีพบว่า

ความเป็นไทย

ความเป็นไทย คือประวัติร่องรอยความเป็นมาในอดีต ที่ทำให้เกิดความรัก ความสามัคคี ความเป็นมิตรไมตรี มีจิตใจเอื้ออารี และวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม ที่รู้จักการแสดงความรักด้วยการไหว้ มีความกตัญญู เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มองถึงวิถีชีวิต ชวนา การดำเนินชีวิตที่ง่าย ภายใต้อิทธิพลของ เช่น “การรวมตัวกันจากพระอาจารย์วัดพุทไธสน์ ร่อน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีความเป็นไทยสูง หรือ ความเป็นไทยกับการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ในการพูด “ชาวบ้านจะพูดว่า สวัสดิ์จ้าฉันเป็นคนสุพรรณ”

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับการท่องเที่ยวสุพรรณบุรี

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีนโยบายการทำงานร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ที่เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวทุกประเภท แต่จังหวัดสุพรรณบุรีไม่ใช่เน้นแค่ธุรกิจอย่างเดียว แต่รวมถึงภาครัฐ และชุมชนต่างๆ ในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีการร่วมมือช่วยเหลือเป็นหลักสำคัญในการทำงาน ว่าจะดำเนินงานไปทิศทางไหน อย่างหน่วยงานการท่องเที่ยวก็ไม่ได้มีแค่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างเดียว เพราะตั้งแต่ 2549 เป็นต้นมากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเกิดขึ้น มีหน่วยงานต่างๆ ทำเรื่องการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ที่ส่งเสริมพันธกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนั้นเครือข่ายการท่องเที่ยวจึงมีมากขึ้น โดยมีทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหลัก ส่วน ททท. จัดงานการท่องเที่ยว แล้วก็หน่วยงานท้องถิ่นก็ทำเรื่องการท่องเที่ยวร่วมด้วย รวมถึงในจังหวัดสุพรรณบุรีมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) หรือ อพท. อุทง ในการทำหน้าที่ดูแลการท่องเที่ยวเมืองอุทง และยังมีองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่ได้งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นโดยตรง ซึ่งสามารถส่งเสริมด้านสาธารณูปโภค เช่น ทำป้ายชี้ทาง และยังมีเทศบาล อำเภอต่างๆ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักๆ เช่น เทศกาลอาหาร

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) มีการแบ่งส่วนภาระงานเป็น 2 ภาระงานคือ 1. ด้านการพัฒนา 2. ด้านการประชาสัมพันธ์ ในด้านการพัฒนากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ดูแลทั้งหมด ดังนั้นในพื้นที่จังหวัดต่างๆ ทุกจังหวัดจะมีหน่วยงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ที่เรียกว่า (ทกจ.) แต่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีการแบ่งงานเป็นเขตตามพื้นที่ตามมหาดไทย ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวสุพรรณบุรีจะดูแลจังหวัดสุพรรณ อ่างทอง และชัยนาท แต่ว่าต่อไปจะดูแลพื้นที่งบประมาณมหาดไทย ก็คือ สุพรรณบุรี และนครปฐม ทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะดูแลเรื่องงบประมาณ การพัฒนาทั้งหมด เป็นการพัฒนาด้านกายภาพ พัฒนาตัวแหล่งท่องเที่ยว ทำป้ายชี้ทางไปแหล่งท่องเที่ยวถนนหนทางสาธารณูปโภค การเข้าถึงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ส่วนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่ทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกทำอีเว้นท์ต่างๆ ทำเชิงลึกภายในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงมองหาสินค้าตัวใหม่มาขาย แต่ก็ทำความร่วมมือกับ อบจ. ที่จะผลิตสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของแต่ละกลุ่มการท่องเที่ยว ด้านช่องทางประชาสัมพันธ์ เช่น กลุ่มวัยทำงานก็จะค้นหาจากสื่อดิจิทัล ไปเร็วมาก อย่างเช่น การท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด หรือ

ทัวร์ 9 วัด ซึ่งวัดแรกจะเป็นวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร แล้วไป 9 วัด ตามที่ททท. ได้ทำเป็นแผนที่แนะนำ ในแผนที่สุพรรณบุรี และยังมีไหว้พระตามเส้นทางกรีธาทัพของสมเด็จพระนเรศวร เป็นเรื่องราวที่หน้า สนใจ ซึ่งอดีตผู้อำนวยการวิศรุต อินแหม่ม ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน สุพรรณบุรีได้ก่อตั้งขึ้นมา ได้เชิญหลวงพ่อดต่าง ๆ มาคุยกันตามหาเส้นทางกรีธาทัพและมีการแนะนำ ให้เตรียมความพร้อมในแต่ละวัด ซึ่งจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการนักท่องเที่ยวตามวัด ต่างๆ ซึ่งเคยมีการจัดกิจกรรมปั่นจักรยานตามเส้นทางนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย

1) **ด้านความพร้อมของสังคม** มีการรวมตัวกันเป็นสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัด สุพรรณบุรี ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำร่องเปิดตัวให้ จัดกิจกรรมร่วมกับสมาคมสมาพันธ์ ซึ่งมีสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวในทุกจังหวัดทั่วประเทศเข้าร่วมการจัดกิจกรรม ในพื้นที่จะมีหน่วยงาน เครือข่ายพันธมิตรการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี และที่สำคัญของ จังหวัดคือ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร เป็นวัดที่มีความพร้อมทำให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมกับทางวัด เช่น “เมื่อ ชุมชนได้รับเงินสนับสนุนการท่องเที่ยว จากเทศบาล ชุมชนก็มอบเงินให้วัดในการทำกิจกรรม และก็มี ส่วนร่วม โดยชุมชนจะมีสมาชิกชุมชนละ 30 คน เป็นตัวแทนชุมชน มี 20 ชุมชน เมื่อเวลาว่าง คน ของชุมชนก็จะมาช่วยในกิจกรรมต่างๆ เช่น งานขายทอง งานมี 5 วันก็แบ่งกันมาคนละวัน 5 วัน 5 ชุมชน แต่ถ้าต้องการคนมากก็สามารถเชิญมาได้ทั้ง 20 ชุมชน ชุมชนละ 30 รวมกันก็ 600 กว่าคน เวลาวัดจะขับเคลื่อนก็เอาคนที่มีความพร้อมพวกนี้ร่วม”

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวของสุพรรณบุรีมีศักยภาพสามารถตอบสนองการเรียนรู้ จากแหล่ง สัมมนา เช่น ศูนย์เรียนรู้เรื่องข้าว ศูนย์อนุรักษ์ควายไทย ซึ่งมีไม่มากในประเทศไทยที่จะทำให้เกิด วิถีชีวิต และการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สามารถบอกได้ว่าชุมชนมีดี สามารถนำเสนอให้เกิด ความรู้ ทำให้เห็นจนเกิดความเข้าใจ ในเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน นั้นจะไม่ทำตามใจนักท่องเที่ยว แต่ เน้นทำตามอัตลักษณ์ชุมชน ที่เป็นการตอบโจทย์การท่องเที่ยววิถีไทย การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีไทย วิถีถิ่นของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ชุมชนตำบลบ้านแหลม ของอำเภอบางปลาม้า ซึ่งมีผู้ประกอบการ บริหารจัดการ อยู่ในนามบ้านสวนแผ่นดินแม่ เป็นเครือข่ายที่รวมชุมชนในพื้นที่ตรงนั้น ทำเป็น เส้นทางท่องเที่ยวทางเรือตามรอยวิถีชีวิตชุมชนในพื้นที่ และมีกิจกรรมฐานการเรียนรู้ของชุมชนต่างๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ดูการศึกษาวิถีชีวิตชนพื้นถิ่น ซึ่งก็มีความพร้อมจากบางชุมชนที่พร้อมร่วมกัน ส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งด้านกิจกรรม ที่พัก อาหาร รวมถึงเรื่องการเชื่อมโยง ระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันขาดเรื่องความเชื่อมโยง แต่โครงสร้างพื้นฐานของทางจังหวัดดี นักท่องเที่ยวสามารถ เดินทางได้สะดวกซึ่งหน่วยงานในพื้นที่เป็นพันธมิตรกันหมดทั้งโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร

2) **ด้านเศรษฐกิจชุมชน** การท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของประเทศ การสื่อสารทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ทำให้ชาวบ้านมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการ เกิดการ ช่วยเหลือพึ่งพากันในชุมชน เงินหมุนเวียนจากการทำงานที่มีกระบวนการกระจายรายได้ โดยทำงาน เป็นสายพานคนในชุมชน ทำให้คนในชุมชนได้เงินทุกคน ซึ่งก็เกิดจากความร่วมมือของภาครัฐคือ

พัฒนาชุมชน ที่ช่วยส่งเสริมตลาดหรือบางหน่วยงาน ก็ช่วยจัดฝึกอบรมให้ หรือส่งเสริมเงินทุนในการจัดทำกิจกรรมที่เน้นความเป็นกลุ่ม ที่ทำให้เกิดความสามัคคีมากขึ้น สร้างรายได้ ให้คนในชุมชน สิ่งที่สามารถใช้การผลิตได้ เช่น การทอผ้า การตัด เย็บ และแปรรูป ซึ่งสามารถจัดแสดงสาธิต ถ้าเครือข่ายมาท่องเที่ยวศึกษาดูงานก็จะทำให้เกิดรายได้

การท่องเที่ยวทำให้เกิดตลาดที่สามารถนำสินค้าของชุมชนที่มีมาจำหน่าย ถ้านักท่องเที่ยวชอบก็สามารถขายได้ เช่น อำเภอด่านช้างเดือนตุลาคม มีของดีที่เป็นสินค้าสำคัญคือ เห็ดโคน กับหน่อไม้ ซึ่งน่าจะเปิดเป็นตลาดสามารถประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ รู้ได้ว่าที่สุพรรณบุรี อำเภอด่านช้างพื้นที่เดียวที่มีเห็ดโคน หรือปางอู่สุพรรณบุรี สามารถขายธรรมชาติที่สวยงามให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะทำให้เกิดปัจจัยเรื่องของรายได้ที่ชัดเจน แต่ก่อนที่จะมีรายได้ก็ต้องมีการประชุมสร้างความเข้าใจ และรวมตัวกันให้เข้มแข็ง

3) ด้านผู้นำ การทำงานเรื่องผู้นำถือว่าสำคัญ “ถ้าผู้นำไม่ดีไม่เสียสละ เอาแต่ประโยชน์ส่วนตนก็จะทำให้ไม่มีใครอยากจะทำงานด้วย โดยเฉพาะเรื่องเครือข่าย ให้มีการแบ่งหน้าที่เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือกันอย่างชัดเจน” สิ่งสำคัญเรื่องเครือข่ายผู้บริหารผู้นำต้องเข้าใจ โดยมองถึงเรื่องการประชาสัมพันธ์เป็นเครือข่าย ถ้ามีความสัมพันธ์กันดี ๆ จะเกิดการช่วยเหลือกัน อย่างท่านเจ้าคุณสมเด็จ เป็นคนดีศรีประจันต์ และหลวงพ่อดวงพศคาราม ศรีประจันต์ สุพรรณบุรี เป็นที่รู้จักทำให้กิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวชาติ ภูมิสถาน ป.อ.ปยุตโต วันที่ 12 มกราคม จะมีเครือข่ายมาร่วมงานมาก ชาวบ้านก็สามารถบอกต่อแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น ช่วยอธิบายได้ว่าบ้านท่านเจ้าคุณอยู่ตรงไหน เพราะท่านเจ้าคุณเป็นที่ยอมรับนับถือของชุมชน

ความสามารถเข้าถึงชุมชน ถือว่าเรื่องมนุษยสัมพันธ์ มีความสำคัญโดยต้องมีกระบวนการที่ดีในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ชุมชนได้ประโยชน์ ผู้นำต้องเป็นตัวอย่างที่ดีในการทำให้ประสบความสำเร็จ รู้จักเสียสละก่อน ทำให้เกิดการยอมรับ เมื่อเกิดการยอมรับทำกิจกรรมใดๆ ก็จะมีคนช่วย เช่น การประชุมถ้าภาคธุรกิจมาร่วมไม่ได้ก็มีน้ำใจ แจ้งให้ทราบว่ามีไม่ได้แต่บอกว่ามีอะไรให้บอก มีอะไรให้ช่วยก็บอก บางครั้งเขาช่วยได้ก็ช่วย บางครั้งเขาไม่ได้ก็ให้ลูกน้องไปช่วย

4) ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน การท่องเที่ยวของชุมชนนั้นจะต้องเกิดจากความร่วมมือ ลดความขัดแย้ง ชัดผลประโยชน์ คนในชุมชนต้องมีความต้องการร่วมกันมีใจ มีความเสียสละอุทิศเวลาในการทำงาน และมีความสามัคคี ในจังหวัดสุพรรณบุรี ทำให้เห็นตัวอย่าง หอดูใจรเกล้าห้อง ถนนวัฒนธรรมบ้านเจ้าคุณประยุตศรีประจันต์ และตลาดสามชุก ซึ่งตลาดสามชุกประสบความสำเร็จเพราะความแกร่งของชุมชน ลงมือทำกันเอง รักกันจริง ร่วมมือร่วมใจกันจริง จึงทำให้ง่ายต่อการที่รัฐบาลเข้าไปสนับสนุน

“สาเหตุที่ตลาดสามชุกประสบความสำเร็จได้รางวัลยูเนสโก ที่สามารถรักษาสภาพเดิมเอาไว้ได้มากที่สุด นั้นเกิดขึ้นได้จากความร่วมมือกันโดยตรงของคนในชุมชน หน่วยงานราชการเพียงเข้าไปประสาน ซึ่งก็มีเครือข่ายเหมือนวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร”

คนในชุมชนมีความต้องการทำให้ตลาดสามชุกเกิดได้จาก

“คนในชุมชนตลาดสามชุกมีความร่วมมือร่วมใจกัน แล้วทางเทศบาลเข้ามาส่งเสริมสนับสนุน เช่น เมื่อคนมามากปัญหาคือเรื่องขยะ เทศบาลก็เข้ามาทำการจัดการเรื่องขยะรับไปแยกทำปุ๋ย หรือ

หมักทำแก๊ส ทำให้หมู่บ้านได้ใช้ไฟฟ้าจากขยะ ผู้นำประธานชุมชน ตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อรักษา สภาพแวดล้อม โดยทำเรื่องให้เทศบาลช่วยเหลือ ก็ประสบความสำเร็จ”

ดังนั้นสิ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จได้ ต้องเกิดจากชาวบ้านให้ความร่วมมือ กับทางราชการที่เข้าไปประสาน แต่การที่ทำแล้วไม่สำเร็จก็เกิดจากการประสานงานกันไม่ค่อยได้ ขาดความร่วมมือ หรือขาดเครือข่าย อย่างเช่น จะทำถนนวัฒนธรรม ต้องการอนุรักษ์ เมื่อทาง ราชการขอความร่วมมือ ชาวบ้านบางคนก็ไม่เชื่อเอาแต่ใจตนเองไม่ให้ความร่วมมือ ทางผู้ประสานทำ อะไรไม่ได้

ดังนั้น สิ่งสำคัญในการสร้างเครือข่าย ต้องทำให้ผู้นำและผู้ตามมาคู่กัน ต้องรักกัน สามัคคีกัน ไม่ทะเลาะกัน ช่วยเหลือกันในแต่ละวัดแต่ละชุมชนสังคม ซึ่งตอนนี้การท่องเที่ยวสุพรรณมี ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ตืออยู่แล้วมีหลักอยู่ที่จังหวัด และมีสาขาอยู่แต่ละอำเภอ รวมถึงเทศบาลที่ ให้การช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวโดยดูแลทุกอย่าง แต่ขึ้นอยู่กับเจ้าหน้าที่ ยกตัวอย่าง ผู้นำ ประสานงานขอให้การท่องเที่ยวของบมาพัฒนาอุทงให้เป็นเมืองเก่าถาวรอย่างยั่งยืน โดยต้องมีการ สานต่อ ดังนั้นถ้าจะสร้างเครือข่ายก็ต้องมีการจัดประชุม มีเจ้าหน้าที่มาให้ความรู้ คุยกัน เชื่อมโยง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และลงนามในข้อตกลงกัน

5) ด้านความไว้วางใจ การเข้าพื้นที่แรกเริ่มชุมชนยังไม่รู้ไม่เข้าใจ ไม่เชื่อ ความร่วมมือจะ น้อย การทำงานจึงต้องมีการลงพื้นที่เชิงลึกพูดคุยจนเข้าใจกันมีความสัมพันธ์กันไว้วางใจกันเหมือนเป็นพี่ เป็นน้องกัน การไว้วางใจนั้นอาจจะพูดถึงการมีสายสัมพันธ์กันทางเชื้อชาติอย่างความเป็นไทยทรงดำ ของสุพรรณบุรี เพชรบุรี

เครือข่าย อพท. จากการทำงานในพื้นที่ 3 ปี ได้ลงไปชุมชน ทำให้เห็นสิ่งดีๆ ที่มีอยู่แล้ว แต่จะต้องมีวิถีพัฒนาให้ดีขึ้นหรือต่อยอดเพื่อการท่องเที่ยว

“ตอนแรกๆ เรื่องเครือข่ายมีปัญหาจากเรื่องการเมืองเข้ามาด้วย เพราะชุมชนมีความ แดกแยกกันอยู่ขาดความไว้วางใจกัน ทำให้ต้องอาศัยการพูดคุยกันบ่อยๆ ให้เขารู้ว่าสิ่งที่มาทำนั้น ตั้งใจจะพัฒนาชุมชน อาชีพ การท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้ชุมชนจริงๆ ท่องเที่ยวตามความเป็นจริง คนในชุมชนต้องร่วมใจกันทำร่วมกัน”

ดังนั้นสิ่งสำคัญคือต้องทำให้เกิดความร่วมมือ โดยช่วยกันวิเคราะห์จุดเด่นของตนคืออะไร ถ้า เป็นเรื่องอาหารต้องชัดว่าอาหารอะไรหรือท่องเที่ยวอะไร และสถานที่พักจะให้พักที่ไหน ซึ่ง เครือข่ายสามารถเชื่อมโยงกันได้กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อทำให้เกิดการค้างคืนในจังหวัด

เครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวสุพรรณบุรีมีการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ สังคมชุมชน และเอกชนที่ แยกต่างกันไปอันนำไปสู่เครือข่ายคือ

1) การเข้าร่วมเครือข่าย กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวสุพรรณบุรี ที่ทำงานจากการพูดคุย มี การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นพันธมิตรกันของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวที่จะพบกันทุกเดือน ด้วยจิตอาสา พันธมิตร โดยมีกระบวนการกลุ่มแชร์ เพื่อให้มาพบปะกัน กินกันพูดคุยกัน และเอาธุรกิจแทรกเข้ามา ด้วย ปัจจุบันก็เริ่มจะมากขึ้นเหนียวแน่นมากขึ้น มองในอนาคต ถ้ามากขึ้นมากๆ ก็จะมีการแบ่งกลุ่ม เป็น

กลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มเกษตร กลุ่มโรงแรม กลุ่มของฝาก เป็นต้น เพื่อให้ได้เขาจับเขาคู่กัน กลุ่มต่างๆ ถ้ามีปัญหาอะไร แล้วค่อยมาว่ากัน แล้วผลัดกัน การจะเอารัฐมาช่วยด้วยซึ่งก็จะว่ากันทีหลัง

“ตอนนี้ที่รวมกันได้แน่น เพราะว่ามันเป็นพันธมิตรจากแซร์ เออร์กิจเข้ามาเชื่อมโยงกันแล้ว จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไปกินที่โน้น ไปกินที่นี่ จะไปไหนต่อ ฝากบอกกันช่วยกัน ไม่ได้แข่งขันกัน แต่เป็นพันธมิตรกัน สามารถจะสร้างพันธมิตรซึ่งกันและกัน ซึ่งเริ่มทำได้พอสมควร”

ส่วนชุมชนก็จะเลือกชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับสมาคม โดยดูชุมชนที่เข้มแข็ง ผู้ประกอบการ กลุ่มทั่วไป ชุมชนต่างๆ บอกต่อไปที่เกี่ยวชุมชนว่ามีอะไรบ้าง และให้บอกต่อไปที่เกี่ยวชุมชนนี้ เน้นฝากอาศัยอะไร จะเกิดการช่วยบอกต่อ ซึ่งสมาคมใช้วิธีนี้ เพราะถ้าเป็นพันธมิตรจะไม่กัดกันกัน

ในเรื่องเครือข่ายยังไม่ได้ทำกันเป็นรูปธรรมจริงๆ แต่จะมีเฉพาะช่วงๆ เช่น งานกีฬา งานวัด ซึ่งทำงานเป็นช่วงๆ ไม่ได้ทำต่อเนื่อง “เรื่องเครือข่ายก็ไม่ได้ทำเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน แต่ก็มีการติดต่อกันได้กับหลายๆ หน่วยงาน เช่น ตำรวจท่องเที่ยว ร้านอาหารที่รู้จัก สามารถแนะนำให้ญาติโยม นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่จะทำบุญได้ เช่น คนโทรมาจะถวายอาหารหลวงพ่อก็สามารถประสานทางร้าน ทางร้านก็มาดำเนินการให้ เกิดความสะดวกกับทุกฝ่าย หรือถ้าจะทำการโฆษณา วัดก็มีร้านที่ทำป้ายโฆษณา มีนักข่าวท้องถิ่นที่เป็นพวกเดียวกัน มีการส่งเสริมช่วยเหลือกัน มีงานอะไร ดังนั้นเรื่องข่าวประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางวัดจะสบาย เพราะจะดูแลกันเลี้ยงดูกัน รวมถึงหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสุพรรณบุรี ก็จะสนิทรู้จักกันดีเพราะเวลาจัดงานก็ช่วยเหลือกัน วัดป่าเลไลยก์วรวิหารเป็นวัดใหญ่ เวลาจัดงานส่วนมากก็มีเครือข่ายที่ทำงานกันประจำ เช่น เรื่องป้ายโฆษณา การจัดสถานที่ การจัดการต่างๆ ก็จะมีชุมชนเข้ามาช่วยในกิจกรรม เช่น การขายทอง

เรื่องเครือข่ายของสุพรรณบุรี มีชมรมร้านอาหาร, สมาคมเสริมสวย, อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.), คณะกรรมการชุมชน ที่จะต้องมีการประชุมกันเสมอๆ และลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีความโดดเด่นในเรื่องศิลปวัฒนธรรม เช่น การแสดงพื้นบ้านที่โดดเด่นมาก จากการแสดงเพลงอีแซว ลำตัด ที่สามารถโชว์ได้ รวมถึงอาหารท้องถิ่นหรือขนมไทย ขนมไทยโบราณหรืออาหารไทยโบราณ ซึ่งมหาวิทยาลัยสวนดุสิตก็มีความโดดเด่นเรื่องนี้ หน่วยงานสวนดุสิตก็ออกงานตลอด ไปร่วมสนับสนุนการจัดงานในหลายๆ หน่วยงาน ซึ่งก็เป็นหน่วยงานเครือข่าย รวมถึง วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุพรรณบุรี ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ก็เป็นเครือข่ายกัน

ในเรื่องร้านอาหารเป็นหน่วยงานพันธมิตรอยู่ในสมาคม พวกร้านอาหารร้านขายของที่ระลึก หรือผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานที่จัดงาน จะอยู่ในหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสุพรรณบุรี ซึ่งทำงานด้วยกันทั้งหมด ร่วมกลุ่มเป็นสมาคม หรือชมรมร้านอาหาร ซึ่งก็ทำงานด้วยกัน

อพท. จะทำหน้าที่ ในการติดตามและประเมินผล สิ่งที่เป็นผลลัพธ์คือเครือข่าย นำไปสู่การทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว เชื่อมประสานทำแผนแม่บท แผนอำนวยการ และแผนจังหวัด เพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว จะเป็นเครือข่ายทั้งหมด เช่น หอจดหมายเหตุ ทุกส่วนราชการเป็นภาคีกัน มีการประสานงานกัน แต่เรื่องงบประมาณจะทำได้เฉพาะในอุททอง แต่การจัดกิจกรรมประเพณีถึงจะสามารถใช้เงินได้ ดังนั้นเงินในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะอยู่ที่เฉพาะพื้นที่ในอุททองเท่านั้น รัฐส่งเสริม อพท. ทำงานร่วมกับ ททท. ทำให้เกิดความเข้มแข็ง ประชาชนก็ได้ประโยชน์ จากการเป็นกลุ่มเป็นก้อนในอนาคตด้วยความตั้งใจ ทำให้เกิดความเข้มแข็งมากขึ้น ด้วยความตั้งใจ จะสร้าง

เครือข่ายของอำเภอ ซึ่งถ้าทำเครือข่ายของอำเภอทุกอำเภอ เป็นเครือข่ายที่ดี จะเป็นจิ๊กซอว์ ในการประสานการทำงาน ซึ่งจะทำให้การทำงานการท่องเที่ยวทั้งจังหวัดง่ายขึ้น รื้ออะไรมากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวเข้มแข็งยั่งยืน

การเข้าร่วมเครือข่าย อพท. ซึ่งตอนแรก อบจ. มาแนะนำว่าจะมีการท่องเที่ยวเมืองอุททอง ชุมชนยังไม่เป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่คนในชุมชนมีความสามารถในการทำอาหาร “เวลามีงานในชุมชน คนในหมู่บ้านจะไปช่วยเป็นแม่ครัว ทางกลุ่มจึงคิดว่าน่าจะช่วยดูแลเรื่องปากท้องให้กับนักท่องเที่ยว ที่มาในพื้นที่ จึงจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ที่มีแม่ครัวที่ทำอาหารอร่อย มีการกำหนดทิศทางการทำงานเสริมการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวต้องกิน จึงดูแลนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวด้วยอาหารของร้านอาหารบ้านหนองเสือ

การนำคนในพื้นที่มาร่วมเครือข่ายด้วยเป็นเรื่องที่ดี แต่บางสังคมไทยอาจยังไม่เข้าใจ การสร้างเครือข่ายที่ดี ควรสร้างอย่างจริงจังมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ซึ่งต้องเกิดจากคนในที่มีใจ และต้องมีสินค้าที่จะขายที่จะโชว์ การมีส่วนร่วมอาจเกิดจากความเป็นพวกเชื้อชาติ เช่น “ป่าถนอมกลุ่มชาติพันธุ์ ไทยโซ่ง ทางเพชรบุรี เก่งเรื่องพิธีกรรม (ผู้น้อย) ทางป่าขัวญยืนเป็น (ผู้ตัว) เกิดการแลกเปลี่ยนกันระหว่างการพัฒนากับความดั้งเดิม เป็นเครือข่ายไทยทรงดำ ที่เป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีการพัฒนา รวบรวมชิ้นงาน และเมื่อถึงเวลามีงานชนเผ่า ก็จะมีการออกงานร่วมกันตลอด จะมีการสืบต่อรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง แต่คณะของกลุ่มชาติพันธุ์ ไทยโซ่ง กลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่ง มีกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงเป็นต้น ที่เดินตามวัฒนธรรม ซึ่งหมู่บ้านจะมีวัฒนธรรมประเพณีและชุดแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2) การเห็นประโยชน์ การที่คนชอบกิจกรรมพวกนี้มีจิตอาสา การทำงานของพวกชุมชนไม่ได้มีเงินเดือน แต่คนพวกนี้จะได้สิทธิ์เวลาเทศบาลพาไปศึกษาดูงานชุมชนต่างๆ คนพวกนี้จะได้รับการเลือกก่อนเพราะถือเป็นพวกมีจิตอาสา เพราะถือว่าเป็นพวกเสียสละทำงานให้ส่วนรวม ซึ่งคนพวกนี้จะเป็นเครือข่ายกับเทศบาล เช่น ไปดูงานที่เชียงใหม่ คนพวกนี้ก็จะได้ไป แต่ปีหนึ่งๆก็ไม่มีกี่ครั้ง แต่พวกนี้มีจิตอาสามากกว่า

ประโยชน์ที่เกิดแก่นักท่องเที่ยว เวลาแนะนำก็จะแนะนำทั่วไป ในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเองได้ เรื่องราคาก็ไปตกลงกันเอง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สุพรรณบุรี(ททท.) มีหน้าที่แนะนำ ร้านอาหาร แนะนำโรงแรม แนะนำร้านขายของที่ระลึก ที่อยู่เครือข่ายที่จะประชาสัมพันธ์ ซึ่งในส่วนของเครือข่ายช่วยทำให้การให้ข้อมูลข่าวสารไม่จำเป็นต้องได้รับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างเดียว เพราะยังสามารถรับข้อมูลจากเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ด้วย เช่น ธุรกิจด้านที่พัก ร้านอาหาร สามารถให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ทั้งหมด เครือข่ายจึงมีความสำคัญที่ต้องสร้าง เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือระหว่างกัน ในการประชาสัมพันธ์

เครือข่ายมีความสำคัญต่อสถานที่ชุมชน ผู้ประกอบการ ชาวบ้านในชุมชน ต้องรู้จักการต้อนรับ มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันด้วยดี โดยภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้าไปส่งเสริมความรู้ และสื่อสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ที่สื่อมวลชนควรช่วยกัน เช่น ปางอู่เมืองสุพรรณบุรี เริ่มตั้งแต่ยังไม่ได้ตั้งชื่อ หรือน้ำพุร้อนยังไม่มีความเป็นป่าชุมชน เป็นแหล่งท่องเที่ยว สื่อมวลชน

สุพรรณบุรีได้ไปกระจายข้อมูลการท่องเที่ยว สื่อถือเป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้คนไปท่องเที่ยว จากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อ เพื่อให้เกิดการส่งต่อ

การส่งต่อของเครือข่ายมีความสำคัญ เช่น ไปเที่ยวบ้านควาย จะไปกินข้าวร้านไหนบ้าง ความสามารถแนะนำได้ถึง ร้านอาหารเรือนชายน้ำ จะให้ข้อมูลพื้นฐานได้ ซึ่งการให้ข้อมูลของสมาคมจะให้ข้อมูลเหมือนกันหมด เช่น ราคา เวลา อาหาร และสุพรรณบุรีมีอะไรบ้าง ซึ่งเป็นข้อมูลส่งเสริมการตลาดที่ดีก่อนที่จะถึงแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจุบันด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ทุกคนมีอาชีพหลัก สมาชิกก็นำวัตถุดิบไปผลิตที่บ้านของตนเอง ทั้งในหมู่บ้านและนอกหมู่บ้าน การทำงานอาศัยเครือข่าย และการที่สินค้าจะมีสถานที่จำหน่ายก็อาจเกิดจากเครือข่ายด้วย ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จคือต้องตั้งใจ เกิดประโยชน์ทุกฝ่าย มีความพอใจทุกฝ่าย ได้ทุกฝ่ายแต่ไม่ได้หมายถึงเงิน การทำงานแม้แต่ไม่ได้เป็นเงินเป็นทอง แต่ก็ตั้งใจ ได้มิตรไมตรีที่ดี ได้เพื่อนที่ดี เดียวกันก็จะเดินไปเองตามอัตโนมัติ แต่ถ้าเอาผลประโยชน์เป็นที่ตั้งการทำงานคงจะไม่สำเร็จแน่นอน เพราะทุกคนก็มองเห็นแต่ผลประโยชน์ส่วนตัว ในปัจจุบันการทำงานต้องเริ่มจากการเสียสละ ทำให้คนอื่นไว้นั่นคือใจ หรือทำอะไรที่ทำให้ได้พันธมิตร เป็นเพื่อนที่ดีที่สุดต่อกัน มีการกระตุ้นให้เกิดการช่วยกัน มีการพูดคุยกัน ทำความเข้าใจกัน ต้องช่วยกันรับผลประโยชน์ และแบ่งปันผลประโยชน์ ด้วยคุณธรรม

“การจะทำเครือข่ายการท่องเที่ยวแบบถาวรมันต้องมืองค์กรเป็นตัวกลาง มีสถานที่ แต่ก็มีเครือข่ายแบบไม่เป็นทางการ เช่น ร้านอาหารจะมีการประสานงานติดต่อกับโรงแรม โรงแรมอาจมีค่าตอบแทนให้ร้านอาหารเป็นต้น เช่น ส่วนลด ให้ร้านอาหาร หรือไปกินอาหารพักโรงแรม ก็สามารถถามทางโรงแรมได้ รวมถึงการถามทางหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ถ้าจะไปวัดเด่น ดั่ง ของขลังดี จะไปวัดไหนดี ไปดูดวงวัดไหน คุณฤกษ์ยามหรือไปทำบุญถวายสังฆทานวัดไหน ทางโรงแรมก็อาจจะบอกได้ ซึ่งธุรกิจพวกนี้จะมีวัดในดวงใจอยู่ ทำให้ไม่ต้องตั้งศูนย์อะไรมากเพราะวัดเป็นศูนย์กลางหรือศูนย์รวมอยู่แล้ว เพราะเจ้าอาวาสก็จะมีลูกศิษย์ มีการติดต่อช่วยเหลือกัน มีการแนะนำบอกต่อกันต้องบอกที่ตนเองรู้จักเป็นธรรมชาติ (จะหาว่าพระลำเอียงก็ไม่ได้) เพราะการช่วยเหลือกันเป็นเครือข่ายกัน วัดก็เป็นเครือข่ายกับญาติโยมโดยตรง”

3) ความร่วมมือกันของเครือข่าย การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี สมาคมคิดจะสร้างเครือข่ายทุกอำเภอ ที่ต้องการให้เกิดขึ้น เพราะในพื้นที่ของตนเองเจ้าของพื้นที่จะรู้ตัวตนของดีของตนเองได้ดีที่สุด เมื่อมานั่งจับเข่าคุยกันจะทำให้รู้ภาพรวมการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น “อย่างด่านช้างนี่ก็ต้องรู้เรื่องของด่านช้างเกือบทั้งหมด ว่าอะไรเป็นอย่างไร จะต้องดูว่ามีอะไร เข้มแข็งหรืออำเภอไหนเข้มแข็งอะไร มีจุดไหนเข้มแข็งที่สามารถเข้ามาเชื่อมต่อกัน ให้ได้เกือบทุกอำเภอ ถ้าเกิดจะได้ต่อยอดต่อไป ซึ่งต้องใช้การมีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ โดยใช้ชุมชนทั้งหมด ให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ และต้องช่วยกันดูแลรักษาเพื่อความยั่งยืน เช่น ทำเรื่องที่พัก อาหาร ของที่ระลึก ขนมของฝาก อย่างมีความสุข ทำร่วมกับหลายๆ หน่วยงาน

การทำงานร่วมกันอย่าง “ททท. จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว วันเดียว 9 วัด ก็จะไม่มีการวัดป่าเลไลยก์วิหาร เพราะถ้าอยู่ 1 ในเก้า ก็จะทำกับเสียการส่งเสริมการท่องเที่ยวไป 1 วัด ซึ่งวัดป่าเลไลยก์วิหาร เป็นวัดใหญ่อยู่แล้ว นักท่องเที่ยวมากก็ต้องมาวัดป่าเลไลยก์วิหาร อยู่แล้วจึงเสียสละไม่อยู่ 1 ใน 9 วัด แต่จะเป็นวัดแรกที่นักท่องเที่ยวมาตั้งหลักแล้วไปท่องเที่ยว 9 วัด และสามารถบอก

แนะนำโรงแรม ตั้งแต่ราคาถูกจนแพง ซึ่งจะรู้จักกัน หรือร้านอาหารก็สามารถบอกแนะนำได้ ให้เบอร์ไปติดต่อได้” ความร่วมมือของเครือข่าย อย่างงานวัด เรื่องการทำอาหารเลี้ยง เรื่องข้าวสารทำอาหารเลี้ยง วัดก็ได้ข้าวสารจากโรงสีในสุพรรณบุรี ซึ่งโรงสีก็ได้บุญเพราะข้าวเอามาทำแจกคนจน คนต้องการกินก็กิน คนมีเงินไม่กินก็ไปหาซื้อกินที่ร้านค้า หรือร้านอาหารพรีตั้นก็แล้วแต่ เวลาทำสื่อโดยทั่วไป จะรู้จักกันหมดเวลาทำผู้จัดการเชิงมุม อย่างทางกลุ่ม จริงๆ มี1 คน ทำสื่อทีวี ในการทำสื่อเป็นเครือข่าย จะมีการแบ่งข้อมูล เพราะการทำงานคนเดียวลำบากเดี๋ยวนี้ทำ จะรู้จักพวกร้านอาหารที่เป็นเครือข่าย

“เครือข่ายที่เป็นพันธมิตรหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นๆ นอกจากผู้ประกอบการแล้ว อย่างมหาวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่ง หรือหน่วยงานอื่น เช่น หอการค้าจังหวัดก็ต้องทำงานร่วมกันเป็นพันธมิตรหน่วยงาน หรือองค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่จะพยายามทำงานร่วมกัน เทศบาลท้องถิ่นก็ทำงานร่วมกัน เช่น สนับสนุนการจัดงานต่างๆ ต้องมีการหารือกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล หอการค้า รวมถึงระดับจังหวัด”

ในการออกร้านของวิสาหกิจชุมชน เช่น การออกร้านการท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มไหนพร้อมได้ไปออกงาน เช่น อุตสาหกรรมเรื่องย้อม พัฒนาชุมชน เรื่องการตลาด จะเป็นเครือข่ายของอำเภอสองพี่น้อง ที่ช่วยเหลือกันเป็นตัวแทน ในการไปจำหน่ายสินค้าถ้าใครได้เป็นตัวแทนไปใครไม่ได้ไปก็ฝากของไปขาย

พวกพันธมิตรที่สามารถให้ความช่วยเหลือร่วมมือกันในการส่งเสริมกันและกัน แต่คนที่อยู่ในสมาคมจะเป็นนักธุรกิจกันเสียส่วนใหญ่ สมาคมท่องเที่ยวสุพรรณบุรีเป็นหน่วยงานในการประสานงานธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสิ่งที่เป็นประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งควรเห็นด้วยกัน เพราะธุรกิจของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน คือการส่งต่อสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ที่กิน จะเกิดการช่วยเหลือกันแนะนำส่งต่อกันอยู่แล้ว การส่งต่อเกิดจากความเป็นพันธมิตรกัน ของผู้ประกอบการ รู้จักกันจะช่วยเหลือแนะนำกันในการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ที่ใกล้ 3 จุดมีที่ไหนบ้างที่จะส่งต่อถึงกันหมดให้ลูกค้าเลือกว่าชอบแบบไหนตามสไตล์จะออกมาขายพร้อมกัน รวมตัวกันของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด

ความชัดเจน เพราะมีการส่งต่อ เช่น ที่พักก็เปิดตัวกัน เพื่อส่งต่อ มีการพัฒนาต้องมีการทำกิจกรรมร่วมกันมากกว่าเดิม แต่ปัจจุบันความเป็นพี่น้องกันมากขึ้น เวลาประชุมจะมากขึ้นมากขึ้น เวลาทำกิจกรรมส่วนมากก็จะมี ททท. เป็นแกนนำ ในเรื่องเครือข่ายภายในเป็นหน้าที่ของตนเองจะดูแลกันเองอยู่แล้ว ช่วยเหลือกัน มีข้อมูลประชาสัมพันธ์กันมากกว่า ประชาสัมพันธ์ เอกสาร เรื่องร้านอาหารจะเห็นได้ชัด คือ ททท. เข้ามาช่วยผู้ประกอบการ ช่วยส่งต่อข้อมูล เท่านั้นเอง ควรมีการจัดกิจกรรมร่วมกันมากขึ้น เช่น การออกร้านจำหน่ายสินค้าร่วมกัน พันมิตรควรเข้ามาเติมเต็มกิจกรรม นำสินค้าเข้ามาขาย โข้วร่วมกัน

ความเป็นเครือข่ายมีความสำคัญแม้กระทั่งสื่อมวลชน คนทั้งหมด 10 คน สามารถควบคุมสื่อได้ทั้งหมด 18 สื่อ ทุกคนเป็นเครือข่ายกัน ที่ทำงานกันมาเกือบ 20 ปี ไม่เคยทะเลาะกันเลย ต่างแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน องค์กรไหนเชิญไปได้แค่คนเดียว แต่ทุกคนก็ได้ข่าวสารเหมือนกัน เพราะฉะนั้นความเป็นเครือข่ายจะต้องมีความซื่อสัตย์จริงใจต่อกัน

การทำงานต้องอาศัยความร่วมมือกันทำให้รู้สึกอบอุ่น ไม่แก่งแย่งกัน ไม่แนะนำเพื่อผลประโยชน์ แต่เป็นการแนะนำกันอย่างอบอุ่นเหมือนคนรู้จักกันเหมือนในชนบทสมัยก่อน “เหมือนชนบทสมัยก่อนจะมีโอ่งน้ำหน้าบ้านไว้เป็นทาน ซึ่งอาจจะไม่ได้มีคนกินแต่ก็ทำให้เห็นถึงน้ำใจ” ซึ่งเป็นความงามที่กำลังจะหมดไปจากสังคมไทยที่ต้องนำกลับมาโดยมีเป้าหมายในตัวว่าทำความดี เพื่อตอบแทนคุณแผ่นดิน ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ตั้งเป้าอยู่ที่การลดรายจ่าย และทำให้ชุมชนมีความรักสามัคคีทำร่วมกัน การรวมตัวกันของสมาคมกับภาครัฐก็ให้ความสำคัญกับการรู้จักกันมากขึ้น ถ้ารวมกันได้ เพราะแต่ก่อนรัฐจะดูแลของรัฐ แต่ตอนนี้มันจะเริ่มเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะเป็นตัวกลางระหว่างภาครัฐกับเอกชน รัฐไม่ต้องเป็นห่วงเพราะถ้ามีการรวมตัวช่วยเหลือกันดี เพราะรัฐจักระบบราชการดี สามารถประสานงานภาครัฐได้ รู้ว่าฝ่ายไหนต้องทำอะไร แต่สิ่งสำคัญต้องรวมตัวกันก่อน เพราะภาครัฐทุกวันนี้ก็ทำเพื่อประชาชนจึงไม่มีปัญหาอะไร แต่ต้องเข้มแข็งไม่มีปัญหา การทำงานของภาครัฐจะทำอะไรแล้วถูกใจทั้งหมดคงเป็นไปได้ แต่ฝ่ายจึงทำงานของตนไปโดยมีการประสานกันแม้จะมีปัญหาเชื่อมต่อกันได้บ้างไม่ได้บ้างก็เป็นปกติ แต่ถ้ามีการรวมตัวกันจะอยู่ได้

ปัญหาอุปสรรค

ในปัจจุบันแต่ละที่ก็จะเด่นกันไปเฉพาะในด้านของตนเอง การที่จะรวมมือกันทำเครือข่ายทำได้ยากจะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ หรือผู้ที่มีหน้าที่โดยตรง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการนัดประชุม จัดประชุม หรือทางจังหวัดผู้บริหารต้องมีความชัดเจน ในการขับเคลื่อนเชื่อมโยงกัน ให้การช่วยเหลือกันซึ่งก็เป็นไปได้ยากจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และเปลี่ยนแปลงจากนโยบายที่ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐมีการโยกย้ายเกษียณ เช่น “ผอ. ททท. มีการย้ายบ่อยนะเดี๋ยวย้ายไปเดี๋ยวย้ายมา ท่านก่อนก็สนิทแต่ท่านใหม่พึ่งย้ายมาก็ยังไม่คุ้นเคยเท่าไร” หรือผู้ว่าราชการจังหวัดที่เป็นข้อจำกัดในเรื่องการโยกย้ายที่ต้องเกิดขึ้น ก็อาจเกิดผลต่อเครือข่ายการท่องเที่ยวถ้าพึ่งหน่วยงานราชการทำให้เกิดปัญหา

ความร่วมมือเครือข่ายเชิงสังคมไทย ในปัจจุบันมีความคิดที่แตกต่าง แตกแยกจากผลประโยชน์ ที่หลงติดด้านวัตถุมากกว่าด้านจิตใจ โดยให้ความสำคัญเรื่องตัวเงิน ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่รัฐสนับสนุน ถ้าไม่มีเงินสนับสนุนก็ล้มไปไม่รอด หรืออาจเกิดจากแหล่งท่องเที่ยวเอง ที่ไม่มีใจ ดังนั้นใครเข้าไปสนับสนุนก็ไม่ประสบความสำเร็จ ขาดความร่วมมือ มีปัญหาเนื่องจากความหลากหลายทางความคิด คนในพื้นที่ไม่เข้าใจ มันก็เลยทำให้เกิดการต่อต้านบ้าง

ผู้ประกอบการจากอดีตไม่เห็นความสำคัญ ไม่มีความร่วมมือ มีการตอบรับช้า ไม่ยอมเข้าร่วม เพราะยังไม่ทราบถึงข้อดีเป็นอย่างไร

ปัญหาจากเรื่องการเมือง ผู้นำ โดยเฉพาะพื้นที่เอกชน ที่มีหลายกลุ่มอาจคุยกันไม่ได้ เกิดจากผู้นำ และการเมืองที่แรงโดยไม่ได้คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม เกิดความขัดแย้งของชุมชนที่แนวคิดต่างกันแล้วสุพรรณมันน้อย ในภาคธุรกิจ ส่วนมากจะต่างคนต่างทำกันมากกว่าไม่มาเป็นศูนย์กลาง อย่างเช่น โรงแรม เรื่องการท่องเที่ยวก็ไม่ได้มีบทบาทเท่าไร ไม่ได้ออกมามีส่วนร่วมด้วยช่วยกัน การช่วยเหลือกันจึงยังไม่ค่อยชัดเจนเท่าที่ควร

โดยส่วนมากคนไม่ค่อยเสียสละ รับผิดชอบต่อประโยชน์ ชาวบ้านยังไม่ให้ความร่วมมือกันเท่าที่ควร อันนี้คือปัญหาสำคัญมากๆ การท่องเที่ยวจะยั่งยืนได้ต้องมาจากชุมชน

ปัญหาสำคัญคือเรื่อง การประสานงาน เพราะขาดเจ้าภาพ แล้วก็การกำหนดทิศทางว่าจะให้ไปทางไหนทุกหน่วยงานมีวัตถุประสงค์ชัดเจนในการทำงานแต่ขาดการประสานงานว่าต้องทำอะไร ให้สินค้าในชุมชนที่ไม่มีใครรู้จักได้รู้จัก ดังนั้นถ้าได้รับการสนับสนุนจาก ททท. หน่วยงานอื่นๆ ก็คงจะดี เพราะจังหวัดสุพรรณบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่พร้อม แต่ยังไม่พร้อมตรงที่ยังไม่ได้จับมือกันแก้ปัญหา

ปัญหาอุปสรรค ขาดการรวมตัวกันอย่างจริงจังจึงต้องมีความจริงจัง คุณต้องมีการแจ้งข่าวสาร ให้สมาชิกทราบ แต่การท่องเที่ยวถ้าทำดีๆ ก็ขายคนต่างชาติได้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน อาจจะไม่ได้รับรู้ผลทันทีแต่ต่อไปต้องเป็นผลแน่

“จริงๆ คนใหม่ๆ ไม่รู้จักคำว่ามือ รู้จักแต่หางมือ เพราะโลกเปลี่ยนทำให้คนเปลี่ยน การทำงานตอนนี้ หรือการดำเนินชีวิตของคนตอนนี้จึงต่างคนต่างทำ ยังไม่มีความชัดเจน เช่น เดียวนี้การจัดเด็กไปทัศนศึกษาได้แต่จัดแค่สุพรรณบุรี”

ยังขาดความรู้ความเข้าใจอย่าง พุทธนาถ พุฒาร้อน ผาอุง ยังขาดความรู้ที่ควรได้รับการส่งเสริมความรู้ ว่าต้องมีกระบวนการดำเนินงานอย่างไร (การบริหารจัดการการท่องเที่ยว) ต้องสอนให้รู้จักเครือข่าย ความสำคัญ เพราะเรื่องบางเรื่องไม่ต้องทำเองจะดีกว่า

เครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดสุพรรณบุรี

เรื่องการสร้างเครือข่าย ทางการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้ความสำคัญ มีการสร้างเครือข่ายตัวแทนของชุมชนโดยมีงบประมาณในการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวของชุมชนทุกปี รวมถึงจัดอบรมเครือข่ายชุมชน และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในส่วนของเนื้องานส่วนใหญ่ที่จะได้รับทำ คือการสนับสนุนมีงบดังนี้ 1) งบจากกระทรวงโดยตรงเป็นงบอบรมขนาดเล็ก 2) งบจากจังหวัดส่วนใหญ่บที่จะได้รับคืองบลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ก่อสร้างคมนาคมเส้นทางที่มีความเป็นไปได้สูง งบที่จะได้สูงจะเป็นงบที่นำมาพัฒนาพื้นที่ต่างๆ แต่การที่จะขอของบพื้นที่ชุมชน ต้องขอความร่วมมือการทำประชาวิจารณ์ 3) งบจากกรมการท่องเที่ยวซึ่งจะมีการให้ชุมชนเสนอกิจกรรมงานอีเว้นท์งานประเพณีเทศกาลต่างๆ สามารถให้ชุมชนขอเงินงบประมาณจากกรมการท่องเที่ยวได้โดยตรง ซึ่งสำนักงานจะเป็นตัวแทนยื่นเรื่องให้ ดังนั้นการรู้จักกันเป็นเครือข่ายก็จะส่งผลให้เกิดการช่วยเหลือกันระหว่างภาครัฐกับเอกชนหรือภาครัฐกับชุมชนหรือสังคมที่จะช่วยเหลือกัน

การสร้างเครือข่ายจาก “นโยบายหลักขององค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีอยู่แล้วในเรื่องเครือข่าย เพราะ ททท. จะทำงานหน่วยงานเดียวไม่ได้ต้องมีพันธมิตรเข้ามาร่วมกันทำ ประชาสัมพันธ์และการทำการตลาด อย่างเรื่องประชาสัมพันธ์ก็ต้องมีเครือข่ายที่เป็นสื่อมวลชน ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ การทำงานตรงนี้ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อทีวี ทุกสื่อช่องทาง ควรมีอีเมลทุกรายการของทุกสื่อ ตรงนี้เป็นเครือข่ายทางด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับเครือข่ายทางด้านตลาดเป็นลักษณะการทำงานกับพันธมิตรอย่างเช่น ทำงานกับท้องถิ่นต่างๆ ที่เหมาะกับกลุ่มประชุมสัมมนา จะไปนำเสนอขายโดยใช้เครือข่ายเหล่านี้พวกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษาต่างๆ ภาครัฐและเอกชน บริษัทนำเที่ยว บริษัทที่มีลูกจ้างเยอะๆ เป็นโรงงานอุตสาหกรรม”

การท่องเที่ยวการบริหารจังหวัดสุพรรณบุรี โครงการที่พัฒนาเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายซึ่ง

ได้จัดเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสุพรรณบุรี มาตั้งแต่ปี 2552 แล้วโดยการนำชุมชนเข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ปลุกฝังให้รู้จักรักท้องถิ่น รักบ้านเมืองเป็นกระบอกเสียงให้กับจังหวัดแทนที่จะใช้สื่อต่างๆ ก็ใช้คำบอกเล่าบอกกล่าว เวลาไปที่ไหนก็จะบอกได้ว่าจังหวัดสุพรรณบุรีมีดีอะไร จนล่าสุดเมื่อปี 2558 โดยได้สนับสนุนวิทยากรจาก ททท.มาดำเนินโครงการและลงพื้นที่จริงนำประชาชนไปศึกษาเส้นทางจริง เช่น 9 วัด ก็สนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชนเขามีส่วนร่วมก็ยังมี การตั้งงบประมาณอยู่เรื่อยๆ ยังมีโครงการอยู่เรื่อยๆ ตอนนี้อยู่ อบจ. ดูแลหลายสถานที่ เช่น บึงฉวาก บ้านขุนแผน บ้านเจ้าพระยา บ้านแย้ตรงสามชุก มีชุมชนผู้สูงอายุ แล้วก็ยังมีเส้นทางสวนดอกไม้ โดยกำลังเชื่อมโยงเส้นทางตลาดสามชุก เข้าสวนดอกไม้ และบ้านแย้กำลังเปิดเส้นทางท่องเที่ยวแห่งใหม่ จากข้อมูลการลงพื้นที่จึงขอเสนอแนวคิดของเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย

1. วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร พระครูโสภณวิธานวัตร ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร เป็นวัดหลวงวัดแรกตั้งมา 1,200 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี มองดูแล้วว่าเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่เครือข่ายยังไม่ค่อยชัดเจน เพราะว่าในปัจจุบันนี้ การทำงานของคนส่วนใหญ่เก่งคนเดียว ตัวใครตัวมัน ขาดการสานสัมพันธ์ที่ดีผู้ที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรได้ก็อาจไม่ได้ประโยชน์ในการพัฒนา เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสุพรรณบุรี อยู่ที่ว่า การอำเภอสุพรรณบุรี สำนักงานนี้จะมีการจัดทำโบว์ชัวร์เส้นทาง 9 วัดแจก ซึ่งต่อไปก็จะมีแหล่งอื่นๆ พัฒนาไปเรื่อยๆ เพราะภาครัฐมีงบประมาณก็ทำได้ถ้าใครเป็นเครือข่ายกับ ททท. ก็จะได้รับประโยชน์ แต่พอมานี้ในรูปแบบเครือข่ายพี่น้องช่วยกันเองของชุมชน สังคม ที่จะพัฒนาให้คนรู้ตรงนี้ไม่ค่อยมีคนทำ ไม่มีมาบอกว่าต้องมาคุยกันทำอะไรกันเพื่อให้เกิดการช่วยกัน เพราะปัจจุบันความเป็นไทยแยกกันต้องสร้างความร่วมมือกัน และวัฒนธรรมของสุพรรณบุรีก็มีความหลากหลายชาติพันธุ์ ชนเผ่า แหล่งท่องเที่ยวมีมาก แต่สำคัญจะทำอย่างไรให้คนไปเที่ยวบ้านนี้ ต่อไปหมู่บ้านนี้ มีชุดแต่งกายสวยๆ สินค้าราคาถูก แต่จะมีการประชาสัมพันธ์อย่างไร ให้คนมาท่องเที่ยว แต่ในส่วนของวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร มีหลวงพ่อดำเป็นสิ่งสำคัญของทางวัด อย่างวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร มีพื้นที่ 100 ไร่ แบ่งส่วนให้ราชการใช้เหลือ 60 ไร่ วัดมีการพัฒนาแต่ก็ยึดหลักของวัดไว้ และมีคนที่รู้เรื่องการท่องเที่ยวมานั่งประจำ เพื่อให้คนมาท่องเที่ยวได้ สอบถามข้อมูลว่าสถานที่ต่อไป ไปที่ไหนดี โดยทางวัดเป็นผู้ออกเงินให้พนักงานที่มาประจำทางวัด แต่ปัจจุบันที่วัดอยู่ได้เพราะปากต่อปากในการประชาสัมพันธ์ แต่ตอนนี้ก็มีการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว แต่จะทำอย่างไรให้เข้าถึงง่ายขึ้น วัดเป็นศูนย์เซ็นเตอร์ของการท่องเที่ยวได้ซึ่งก็เป็นอย่างนั้นจริงๆ เช่น ช่อง 3 สุพรรณบุรีนิวส์ ก็มีช่วยเหลือวัด เช่น ลงหนังสือพิมพ์ ซึ่งนักข่าวก็ไปมาเยี่ยมเยียนกัน การท่องเที่ยวต้องได้สื่อมวลชน เพราะพวกนี้มีเทคนิคในการนำเสนอ ซึ่งความคุ้นเคยทำให้ทำงานง่าย เป็นเครือข่ายที่ดีกัน ขอเสนอแนะ ว่าเครือข่ายจะต้องมีสำนักงานอะไรที่ชัดเจน

2. ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (เฮียใช้) คุณนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา เริ่มทำเมล็ดพันธุ์ข้าวตั้งแต่ 2540 ทำตั้งแต่ปีแรกก็ประสบความสำเร็จเลย จากความรู้ที่มีกับศักยภาพของตัวเอง ก็ไม่คิดว่าจะมาถึงตรงนี้ได้ แต่งานมีชาวนาที่สนับสนุนซื้อเมล็ดพันธุ์ ชาวนาเอาเงินมาให้เอากำไรมาให้ ทำให้มีรายได้จากการขายเมล็ดพันธุ์ให้ชาวนา เพราะฉะนั้นจึงต้องตอบแทนชาวนา

โดยคิดอยากจะตอบแทนในสิ่งที่ยั่งยืน จากการที่ได้สัมผัสกับชาวนาที่ทำเมล็ดพันธุ์ที่เก่ง เห็นเทคนิคในการทำนา และความรู้ที่จะมาบอกต่อ รวมทั้งประสบการณ์ที่ทำมา 15 ปี ทำให้มีข้อมูลข้าวแต่ละเมล็ดพันธุ์ ที่มีความต้านทานโรค ควรปลูกช่วงไหน ไม่ควรปลูกช่วงไหน เมื่อพบปราชญ์ชาวนาทั้งหลายที่จัดการกับแปลงนาทั้งหลาย แล้วศึกษาเอากรรมวิธีนั้นมาบอกต่อชาวนาทั่วประเทศ ที่ทำนาตรงนี้จะเกิดคุณค่ามาก สถานที่แห่งนี้จะไม่ใช้จัดงาน 3-5 วันแล้วเลิกใช้ประมาณมหาศาลไม่คุ้มค่า ฉะนั้นสิ่งที่ทำกันอยู่ทุกวัน เป็นธรรมชาติที่มีต้นทุนในการดูแลรักษา ทำความสะอาด แต่ทางศูนย์ชาวบ้านที่ต้องการเข้ามาดูศึกษาได้โดยไม่ทำให้ต้นทุนเพิ่ม จึงต้องการให้คนไทยเข้ามาสัมผัสความงามของความเป็นไทยที่มันกำลังจะจางลงไปเรื่อยๆ พอถึงวันหนึ่งอาจจะสัมผัสไม่ได้เลย เพราะมันจางเกินไป จึงมีความคิดว่าอยากจะรวบรวมความงามสถาปัตยกรรมของเครื่องใช้ รวมทั้งเรื่องราวที่แอบแฝงอยู่เป็นองค์ประกอบให้กับคนที่เกิดทันในยุคนั้นก็คือ พ่อแม่ปู่ย่าตายาย มาเล่าเรื่องราวเหล่านี้ผ่านหลักฐานในแต่ละชิ้นให้กับลูกกับหลานได้ฟัง เพื่อให้เรื่องเหล่านี้ยังอยู่ต่อไป แต่ละคนแต่ละบ้านผ่านเรื่องราวที่เหมือนกัน ถ้ารักษาสิ่งเหล่านี้ไว้ได้ก็จะดี เพราะสิ่งดีของสุพรรณบุรีที่มีอยู่เป็นความงามทางวัฒนธรรมอันแตกต่างจากความสวยของธรรมชาติ แต่ความสวยก็สามารถสัมผัสได้ด้วยสายตา เช่น

เรื่องการทำนา สุพรรณบุรี ก็ไม่เป็นรองใคร โดยเฉพาะเรื่องของการทำนาปิ้ง สุพรรณบุรีผลิตข้าวนาปิ้งได้มากที่สุดในประเทศไทย มีผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์มากที่สุดในประเทศไทย มีวัฒนธรรมเกี่ยวกับข้าวหึ่งดงาม ดังนั้นการทำงานการท่องเที่ยวแบบมีเครือข่าย ถ้าเปรียบเทียบกับการทำงานก็เหมือนการลงแขกสมัยก่อนที่ใกล้เคียงกัน เพราะงานนั้นคนเดียวทำไม่ไหว จึงรวมกันหลายๆ คนเพื่อที่จะทำงานให้เสร็จ ต่างคนต่างช่วยกันโดยไม่ต้องมีค่าจ้างแต่ทุกคนสามารถทำงานของทุกคนสำเร็จ ถ้าช่วยกันชูความงามทางวัฒนธรรมของการท่องเที่ยว โดยช่วยกันคิดถึงความงามออกมาให้ได้ ทำให้คนที่มาเที่ยวสุพรรณครั้งหนึ่งต้องมาเที่ยวแบบนี้ก็จะได้ที่ไหน รูปแบบดีๆ นี้ให้เป็นแบบตายตัว สามารถบอกกันได้เพราะความเป็นเครือข่าย และศูนย์เรียนรู้ชาวนาไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่หวังประโยชน์ แต่ก็คิดว่าในอนาคตต้องไม่ขาดทุน เพราะรายได้มีร้านกาแฟ ร้านของฝาก ศูนย์ไม่ได้เก็บค่าเข้าชม แต่คิดว่าวันหนึ่งจะต้องทำให้ได้ต้นทุนตรงนี้ขึ้นมา จากเวลาที่คนมาเที่ยวที่นี่แล้วชอบทำให้สบายใจมาก เช่น นักท่องเที่ยวบอกว่าพอมมาถึงแล้วประทับใจพนักงานของนาเฮีย รู้สึกว่าพนักงานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวก็ไม่มีความรู้อะไร เป็นแค่ชาวบ้าน แต่มีความตั้งใจมีความพยายามต้อนรับนักท่องเที่ยว ผมว่าจุดนี้คือการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่นำมาใช้ได้ แต่ถ้าทำคนเดียวไม่พอ รูปแบบของการต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมาคุยกันว่าจะให้นักท่องเที่ยวที่มาแล้วรู้สึกถึงการต้อนรับที่ดี มีน้ำใจ อยากจะมาอีก อยากจะชวนคนอื่นๆ มาอีกเป็นอย่างไร แล้วจะทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวได้รับในสิ่งที่ต้องการ สัมผัสถึงวัฒนธรรมอย่างเข้าถึง ไม่ต้องหลากหลายมาก จึงอยากให้ทุกคนดึงจุดเด่นของตนเองออกมา และเอาเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชนในอดีตมาถ่ายทอดให้เกิดการเรียนรู้ ให้เข้าถึง เปรียบเสมือนแหล่งเรียนรู้ ที่จะทำอย่างไรให้ดีขึ้น แต่ความดีนั้นเต็มไปด้วยความงาม การได้เครือข่ายที่ดีจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ได้ช่วยทำประชาสัมพันธ์นารายการท่องเที่ยวมาถ่ายทำรายการ เอาทัวร์มาท่องเที่ยวทำให้เกิดกระแส ทำให้คนรู้จักเกิดการขยายตัวจากการบอกกล่าว “ปากต่อปาก”

3. ชุมชนเมืองโบราณอุทอง มีหน่วยงานการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมืองโบราณอุทอง ในส่วนบทบาทขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. เป็นองค์การมหาชนของไทยสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การส่งเสริมการทำงานของชุมชน ของหน่วยงานต่างๆ ในประเทศมี 7 พื้นที่ ในส่วนของเมืองโบราณอุทอง เป็นพื้นที่ 7 ของประเทศไทย เมืองโบราณอุทอง ครอบคลุมพื้นที่ทั้งตำบลอุทอง อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นน้องใหม่ มีการทำตามขั้นตอน มีการทำประชาคม การประเมิน การให้คะแนน จนจัดตั้งได้เริ่มเมื่อปี 2555 เข้ามติ ครม. มีพนักงานประจำปี 2556 มีเจ้าหน้าที่ทั้งหมด 10 กว่าท่าน ในแผนแม่บทของ อพท. ทำหน้าที่ประสานงบประมาณก็มาจากหลายๆ แหล่ง เช่น จากกรมทางหลวงชนบท โรงพยาบาลอุทองที่ส่งเสริมการนวด หรือมาจากภาคีเครือข่ายต่างๆ ที่กำหนดร่วมกัน โดยจุดขาย คือต้นกำเนิดอุทองวัฒนธรรม ภาคีเครือข่ายต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่นี้ เขตพื้นที่อุทองในที่ได้รับผิดชอบอุทองค่อนข้างจะได้เปรียบจากพื้นที่ต่างๆ มีพื้นที่แค่ 38.16 ตารางกิโลเมตร 1 ตำบล 2 เทศบาล 3 ชุมชน 12 หมู่บ้านเท่านั้น บ่งบอกต้นกำเนิดอารยธรรมทำให้เห็นถึงที่มาของเมืองอุทอง ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น บ้านโคกมีจักรยานโบราณ ชุมชนการโหว้เหรียญกษาปณ์ มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากโรงหล่อ คุณ วิเชียร ชุมชนก็เกี่ยวกับอาหาร หมู่บ้านครัวหนองเสือ และยาหม่องป่าต้อย โดยมีแนวทางการพัฒนาเครือข่าย ในเรื่องความร่วมมือ โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวกับชุมชน มีการมาร่วมมือกันประจำ ชุมชนเป็นฐานคิดเองทำเอง ช่วยกันทำแผนและทำทุกชุมชน เช่น ชมรมร้านอาหาร ปรับพื้นฐานดูความโดดเด่น กินร้านในเครือข่าย กินร้านนี้มีความเป็นเครือข่าย มีความหวังดี ปรารถนาดีต่อกัน ให้ชุมชนเกิดการช่วยเหลือกัน การทำงานจะเป็นกระบวนการเครือข่ายที่ทำงานตามวัฒนธรรมดั้งเดิม มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน ประโยชน์ทั่วถึง ต้องมีจิตสาธารณะ เพื่อให้การท่องเที่ยวของเครือข่ายพัฒนาสร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมาทำ กิจกรรมปลูก คัดข้าว นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม มีชุมชนทำลูกปัด อยากรู้ทำก็ได้ มีการสอนทำกิจกรรม

4. บ้านสวนแผ่นดินแม่ คุณโสพล จุรกิจโสมสเดย์ “การท่องเที่ยวสุพรรณวิถีไทย ถ้านึกถึงทางน้ำให้นึกถึงบางปลาหมอ ถ้ามาเที่ยวแบบชาวนาต้องเสียใช้ ถ้าเที่ยวเขาต้องไปด่านช้าง ถ้าไปอุทองต้องเมืองโบราณ” แนวคิดเครือข่ายเป็นเรื่องธรรมชาติความแข็งแรงต้องมาจากครอบครัวก่อน อย่างชุมชนท่องเที่ยวตำบลบ้านแหลม มีการสร้างคณะกรรมการกลุ่มเป็นเครือข่ายแค่ในตำบลอยู่ในละแวกบ้านก่อน ที่สามารถจับมาเป็นเครือข่ายได้ เช่น กลุ่มผักตบชวา ชมรมไทยโบราณ จักสานไม้ไผ่ เป็นส่วนใหญ่ จึงสร้างทำเป็นเครือข่ายขึ้นมา โดยชุมชนเพื่อชุมชน ดึงชุมชนเข้ามาร่วม แล้วตามด้วยตำบลอำเภอที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม

การวิเคราะห์ข้อมูลในจังหวัดเพชรบุรี

การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับการสนทนากลุ่มในจังหวัดเพชรบุรีพบว่า

ความเป็นไทย คือ การสำนึกในพระมหากษัตริย์คุณพระมหากษัตริย์ มีศาสนาวัฒนธรรม ในการยิ้มแย้มแจ่มใส มีสัมมาคารวะ อ่อนน้อม เชื่อถือผู้ใหญ่ เชื่อครูบาอาจารย์ และรักษาประเพณีที่ดีๆ เรื่องประจำท้องถิ่น

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับการท่องเที่ยวเพชรบุรี

ในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวในเพชรบุรีมีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพชรบุรีไม่สามารถที่จะทำงานเพียงหน่วยงานเดียวได้ การสร้างเครือข่ายตั้งแต่จัดตั้ง ใครมีเครือข่ายมากมีโอกาสประสบความสำเร็จมาก ซึ่ง ททท. มีเครือข่ายโดยรอบอยู่แล้ว แม้แต่กับชุมชน ทั้ง อบจ. อบต. หมู่บ้านที่เป็นต้นแบบการศึกษาดูงาน แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ซึ่งจริงๆ เป็นหน้าที่ของทุกกระทรวง ทบวง กรม เพราะทิศทางของรัฐบาลทุกฝ่ายก็มีข้อมูล ที่จะทำงานตามหน้าที่ตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง ให้งบกับชุมชนที่พร้อมจริงๆ เพื่อสร้างความยั่งยืนของท้องถิ่น ททท. ลงทำได้ในสิ่งที่ไม่ผิกระเปียบ ดังนั้นจะให้ไปสร้างอะไรนั้นไม่สามารถทำได้ ผิกระเปียบ แต่ถ้าเครือข่ายพร้อมอยากให้ ไปส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือโปรโมทแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีงานหลักคือส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลและท่องเที่ยวในประเทศให้มากที่สุด แต่ถ้านับตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบันเห็นผลชัดเจนว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเริ่มจากเที่ยวที่ศิริไลซ์ สะดวกสบายเปลี่ยนไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (ไม่พูดถึงนักท่องเที่ยวทั่วไป) มีเงินจับจ่ายที่เริ่มเที่ยวในเรื่องเจาะลึกของแต่ละที่จะไป เช่น ความเป็นมา วัฒนธรรม การดำรงชีวิต การท่องเที่ยวชุมชน เป็นคำว่าท่องเที่ยววิถีไทย ประเทศไทยเป็นประเทศแรกๆ ในอาเซียนที่มีข้อมูลมีแนวคิดเรื่องพวกนี้ ก็เอามาปรับใช้เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยว ทั้งประเทศไทยเอง ททท. ก็ส่งเสริม คำว่าวิถีไทย “บางคนสับสนว่าคืออะไร โดยปกติ เรื่องบางอย่างใกล้ตัว ก็อาจมองสิ่งใกล้ตัวไม่มีคุณค่า แต่ประเทศอื่นเขามองด้วยความอัศจรรย์ อย่างเรื่องวิถีตาลโตนด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ค่อยทราบจริงๆ แล้วมันมีขั้นตอนที่ลึกซึ้ง ตั้งแต่ลงพื้นดินขนเก็บกิน ให้อ้าวกิน ซึ่งคนอื่นไม่ทราบ แต่พอทราบมันก็มีคุณค่าขึ้นมา” เรื่องนี้ ททท. ถึงเอาไปประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ และไปนำเสนอในองค์กรระดับโลก ให้เขาสนใจ ในปี 58-60 ถึงแม้ไม่ใช่ปีทองของเศรษฐกิจ แต่เป็นปีทองของการท่องเที่ยว เนื่องจากภาครัฐมาสนใจ ทุกกระทรวงมามีนโยบายการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกำลังไปได้ดี เพราะนักท่องเที่ยวมา มากิน มาอาศัย มาหายใจ ซึ่งสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือความปลอดภัย เรื่องอาชญากรรม เรื่องสุขภาพ เป็นเรื่องพื้นฐานที่ต้องดูแลนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย

1) **ด้านความพร้อมของสังคม** เพชรบุรีเป็นเมืองอาหารและขนม ที่เป็นต้นทุนสำคัญ รวมถึงต้นทุนอื่นๆ อีกเยอะมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางทะเลและภูเขา มีประวัติศาสตร์พระราชวังสามวัง ซึ่งต้นทุนที่มีอยู่สร้างรายได้ เป็นต้นทุนเดิมที่ไม่หมดแต่ต้องบริหารจัดการต้นทุนให้ดีไม่ให้เกิดการสูญหาย แต่ชุมชนก็มีการสร้างของใหม่ แต่ต้องไม่ปล่อยให้ต้นทุนของเก่าสูญหายไป ซึ่งวัดและวังเป็นส่วนสำคัญ “ในเทศบาลเมืองเพชรบุรีมีวัดจำนวน 32 วัด พระบรมมหาราชวัง ก็มีอยู่ 2 วัง คือวังบ้านปืนกับเขาวังหรือพระนครคีรี” ในเมืองเพชรบุรี ต้องเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในการศึกษาดูงานด้านศิลปวัฒนธรรม ดูภาพวาด ดูการก่อสร้าง สิ่งต่างๆ สืบเนื่องมาจากสมัยกรุงศรี

อยุธยา ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสมัยอยุธยาที่สามารถเอาไปต่อยอดในการศึกษาต่อได้ และที่เด่นอีกส่วนหนึ่งคือ “เรื่องของงานปูนปั้น ซึ่งมีอาจารย์ทองร่วม เอ็มโอษฐ์ เป็นแกนนำ โชว์ผลงานปูนปั้น ที่ถนนราชดำเนินเพื่อให้นักท่องเที่ยว หรือผู้สนใจได้ศึกษางานปูนปั้น ถือเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ เพราะถ้าไปวัดจะได้ศึกษาแค่ภาพปูนปั้น แต่ถ้าไปตรงจุดแสดงผลงานนี้จะได้เห็นภาพเป็น 360 องศา” ในการเผยแพร่จุดเด่นที่เสริมด้านการท่องเที่ยวคือ เรื่องของอาหารคาวหวาน ที่นักท่องเที่ยวสามารถตระเวนหาอาหารอร่อยที่เป็นของพื้นบ้านเมืองเพชรบุรีได้ง่าย มีให้เลือกหลากหลาย แล้วก็ตั้งจุดเด่นตรงนี้มาเป็นหลักในการท่องเที่ยวของเขตเทศบาล ซึ่งการดำเนินโครงการอาสาสมัคร เจ้าบ้านที่ดี และมีมัคคุเทศก์น้อยเด็กประถมศึกษา ป.5-ป.6 ที่ได้มีการอบรม และต่อยอดในเรื่องของภาษา ศิลปวัฒนธรรม ความรู้ในพื้นที่ถิ่นของตัวเอง รวมถึงอาหารคาวหวานด้วย ซึ่งเด็กกลุ่มนี้เป็นภาคีเครือข่ายกัน ที่ไม่เฉพาะแต่โรงเรียนของเทศบาลแต่โรงเรียนที่อยู่ในเขตเทศบาลก็เข้าร่วมการอบรมได้ การอบรมจะให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ การสื่อสาร การสนทนา การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้ ที่มีความน่าสนใจหรือจุดเด่นในการท่องเที่ยว การที่จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวได้ก็ต้องผ่านการฝึกบุคลิกภาพ ฝึกการพูด และการแนะนำที่น่าสนใจ ส่วนความพร้อมของประชาชน ในภาคสังคมได้มีการทำโครงการรองรับไว้ก็คือการใช้ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ในโครงการที่ชื่อว่า City Tour ก็คือวันเดียวเที่ยวครบในเขตเทศบาล โดยมีการจัดตารางขนาดใหญ่รองรับได้ 35 ที่นั่ง สามารถพานักท่องเที่ยว เที่ยวชมในเขตเทศบาลทั้งหมด ซึ่งเป็นภาคประชาชนดำเนินการ ในการพาท่องเที่ยวเอง มีการให้เช่ารถจักรยาน ให้ทำโปรแกรมกันมา โดยเทศบาลสนับสนุนในเรื่องของการจัดตาราง แนะนำเวลาเท่านี้

2) ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี มีความหลากหลาย แต่ก็เน้นเรื่องชนมภูมิปัญญาไทย ซึ่งอาจจะปรับให้เข้ากับสากลมากขึ้น หรือปรับให้เข้ากับกระแสในวิถีและขบวนการผลิตที่เป็นสากล ได้มาตรฐาน

แหล่งท่องเที่ยว มรดกทางศิลปวัฒนธรรมเป็นสิ่งมี วิถีชีวิต รอยยิ้มที่มีเป็นทรัพยากรหลัก ซึ่งถ้าทุกคนเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยว จะไม่ถามว่ามันเกี่ยวอะไรด้วย การประกาศว่าไทยกลับมามีความน่าเชื่อถือในการลงทุนอีกครั้ง สาเหตุเพราะการท่องเที่ยวสร้างเม็ดเงินเพิ่มขึ้น

“ผลประโยชน์ทำให้สังคมไทยเกิดการแก่งแย่งกัน แบ่งพรรคพวกกันดังนั้นถ้าสามารถตัดเรื่องผลประโยชน์ได้มันน่าจะทำให้ประเทศไทยดีขึ้น” การสนับสนุนงบประมาณการท่องเที่ยว มีการชี้แนะว่า งบประมาณที่ก่อให้เกิดกระบวนการเป็นธุรกิจ ที่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาทำความสะอาดและมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเริ่มประกาศว่าใครขอการแสดงก็ให้ของงบประมาณได้ 4,000 บาท ทำให้ได้เงินค่าตอบแทนแก่ชุมชนและผู้แสดงตามวิถีชีวิตบ้าง ก็ไม่ได้คาดหวังอะไรมาก “ถ้ามีเงินเป็นตัวชี้นำบ้างมันก็คงทำให้กิจกรรมนี้มีชีวิตชีวาขึ้น แต่จริงๆ มีจิตอาสาอยู่แล้ว แต่ชาวบ้านไม่มีรายได้ ถ้าเขาได้บ้างเล็กๆ น้อยๆ ก็น่าจะมีกำลังใจในการทำงาน” ทุกวันนี้ใช้มรดกทางวัฒนธรรม มาขับเคลื่อนทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวแต่ไม่มีกระบวนการในการดูแลมรดก ทางวัฒนธรรมที่ดี เพราะว่าทุกวันนี้ปัญหาที่มีอยู่ คือความสะอาดของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

3) ด้านผู้นำ การรวมกลุ่มจะต้องมีตัวตั้งตัวตี ผู้นำต้องเป็นคนที่สามารถเชื่อใจได้ และถ้ามีความรับผิดชอบในแต่ละเรื่องมาบูรณาการร่วมกันก็น่าจะพัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวได้ดี ซึ่ง “ผู้นำควรทำงานด้วยใจรัก ต้องการสนองคุณแผ่นดินจริงๆ และต้องตัดเรื่องหน้าตา ต้องมาคุยกัน

ปรึกษาหารือกัน ผู้นำต้องสามารถดึงคนเก่งที่มีแนวคิดดีๆ เข้ามาร่วม” ผู้นำจึงจะต้องเป็นนักประสานที่ดี และเรื่องของการเกิดเครือข่ายถ้าผู้นำเป็นผู้บริหารถ้าเริ่มรับไม่ได้กับการทำงาน ลูกน้องอยากทำ แต่เมื่อลูกพี่ไม่ยอมทำก็ทำไม่ได้

4) ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน องค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีทิศทางในการสร้างความยั่งยืนในชุมชน เช่น ความดั้งเดิม บ้านเรือนไทย ผ่านๆ เพราะสิ่งที่กล่าวมานั้นเป็นจุดขายอันเป็นเนื้อแท้ของชุมชน ดังนั้นถ้าชุมชนต้องการรายได้ ทุกครัวเรือนต้องเท่าเทียมกันต้องไม่ผูกขาด และต้องคงเอกลักษณ์ชุมชนให้ดีที่สุด เรื่องการโปรโมทหรือการประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ของ ททท. หรือถ้าเข้มแข็งแล้วจะสร้างเองได้ เดียวนี้ใช้สื่อออนไลน์ได้ แต่ไม่ยอมให้ละทิ้งเอกลักษณ์อันยั่งยืนของตัวเอง คนสมัยนี้มีคนเข้ามาร่วมมือกันเยอะ มีกลุ่มสร้างสรรค์งาน มีความเป็นเอกลักษณ์เยอะมาก ซึ่งจุดขายนี้มันเชื่อมโยงกันได้หมด ซึ่งเทศบาลจะมีหน้าที่ในส่วนของอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีที่ดี หรืออย่างการสร้างพิพิธภัณฑ์ป่านถนนอม “การสร้างพิพิธภัณฑ์ มีอาจารย์ มาช่วยจัดการมีการรื้อเอาฉางข้าวมาทำพิพิธภัณฑ์ ซึ่งถ้าฉางข้าวเอาไปทำบ้านคนลาวเขาถือ แต่ก็มีการช่วยกันรื้อช่วยกันยกเสาสร้าง”

5) ด้านความไว้วางใจ ในส่วนของเขตเทศบาลมีบุคคลหลายท่าน ที่มีความรู้เก่าๆ สามารถมานั่งเล่าเรื่องประวัติสถานที่ สามารถคุยเล่าเรื่องให้ความรู้เหมือนเป็นหนังสือเล่มหนึ่ง

เครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเพชรบุรีมีการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ สังคมชุมชน และเอกชนที่แตกต่างกันไปอันนำไปสู่เครือข่ายคือ

1) การเข้าร่วมเครือข่าย การสร้างเครือข่ายของเทศบาล เป็นการประสานงานในส่วนของภาครัฐกับภาคเอกชน ที่นี้เครือข่ายมีตั้งแต่ระดับสถานศึกษา ภาคเอกชน ภาคหน่วยงานราชการด้วยกัน หมายความว่าถ้าต้องการข้อมูล ส่วนงานใดที่รับผิดชอบ ก็สามารถให้ข้อมูลได้ถ้าประสานงานไป หรือถ้ามีกลุ่มนักศึกษามาดูงานก็มีในส่วนของรถรางรองรับ ซึ่งเป็นเครือข่ายร่วมกัน และมีบุคลากรที่รู้เชิงลึกบรรยายให้ข้อมูลซึ่งจะเป็นการบูรณาการร่วมกัน ซึ่งสถานศึกษาก็ชอบขอส่งเด็กมาอบรม ซึ่งองค์กรต่างๆ มีข้อมูลก็จะมาแบ่งกัน ถ้าข้อมูลขาดก็มีการแต่งเสริมทำตำราขึ้นมาใหม่ ให้เด็กรุ่นหลังเรียนรู้ต่อ

จัดงานตลาดย้อนยุค วิถีไทยวัดพระร่วง จัดมา 3 ปีแล้ว เข้าไปปีแรกปลูกต้นมะม่วงเล็กๆ ด้วยเงินตัวเอง 10,000 บาท ชาวบ้านก็ถามว่ามันมาทำอะไร ปีที่ 2 ก็ได้รับความช่วยเหลือจากท่านรอง งานประจำปีก็จะจัดทำขึ้นในวัน 9 ค่ำ 10 ค่ำของเดือน ก็ประมาณเดือนมีนาคม น่าจะมีความเชื่อมโยงกัน เนื่องจากถูกเลี้ยงมาโดยไทยแท้มีเชื้อสายไทยทรงดำ และเพชรบุรีก็มีสิ่งดีๆ มากมายในเรื่องของวัฒนธรรม ที่สามารถเชื่อมโยงในเรื่องของวัฒนธรรม การแสดง เช่น เยาวชนบ้านแหลม โขนเด็ก ละครชาตรี การเชื่อมโยงในเรื่องของเครือข่าย ที่ชอบนำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรม การเชื่อมโยงก็เหมือนเป็นการสื่อสารไปในวงกว้าง ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ ยิ่งถ้ามีการสื่อสารโต้ตอบก็จะเกิดประโยชน์

สถาบันการศึกษามีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ หน้าที่ทำให้นักศึกษาตระหนัก ในการประกอบธุรกิจ สถาบันการศึกษามีโครงสร้างที่ชัดเจนมีการสื่อสารที่ชัดเจน ในการดำเนินงาน ซึ่งสามารถ

เชื่อมโยงได้ทุกมิติ เมื่อมีเครือข่ายแล้ว ก็ต้องมีโครงสร้าง และต้องทำให้มีความต่อเนื่อง ในเรื่องการทำงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้มีโอกาสช่วยสร้างเครือข่าย ทางด้านการเรียนการสอน การท่องเที่ยว และการทำกิจกรรมร่วมกันในเชิงถอดองค์ความรู้ ในเรื่องของระบบการสื่อสาร โดยที่เครือข่ายเป็นองค์กรในการกำกับของรัฐ และมีการเชื่อมโยงในเรื่องของเครือข่ายในงานวิจัย ท้ายสุดก็ไม่ได้ติดต่อกัน ทางด้านของเอกชน มีการทำงานทางธุรกิจ สร้างผู้ประกอบการใหม่ ที่ต้องรู้ว่าธุรกิจคืออะไร ใครเก่งอะไรอย่างไร อยู่ตรงไหน ก็ต้องทำการเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยากับองค์กรธุรกิจคนนอก ทำให้รู้จัก ประสานสัมพันธ์สามารถเข้าไปร่วมงานกันได้

2) การเห็นประโยชน์ ในจังหวัดเพชรบุรี เห็นประโยชน์ในการเชื่อมโยงกับเครือข่ายการทำงาน เพราะถ้าต่างคนต่างทำก็จะรู้เฉพาะสิ่งที่รู้ จะทำให้ไม่รู้ในสิ่งที่คนอื่นรู้ เพราะคนอื่นก็จะรู้ในสิ่งที่รู้ แต่คนอื่นก็ไม่รู้ในสิ่งที่คนอื่นรู้ เพราะฉะนั้นการเชื่อมโยง ก็จะเป็นประโยชน์ในเรื่องของการทำงาน เวลาทำงานร่วมกัน ถ้ามีเครือข่ายงานยากจะง่ายขึ้น มีความสำคัญถ้าจะทำงานชุมชนอะไรแบบนี้สักหรือบางที่เป็นงานระยะยาว แต่ควรทำแบบระยะสั้น สุดท้ายก็เลยไม่เห็นงานที่ควรจะเป็นงานจริงๆ

การเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหมู่สมาชิก มีประโยชน์มาก ในเรื่องของเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์กัน จากกิจกรรมที่นำไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้เกิดประโยชน์ของการใช้เครือข่ายคือ เป็นประโยชน์ที่ใช้ในการส่งต่อกิจกรรมหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การทำกิจกรรมมีเป้าหมายและแนวทางร่วมกันได้ในเรื่องเครือข่ายในเรื่องการเชื่อมโยง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวัฒนธรรม เรื่องวัด เรื่องอะไรของจังหวัดเพชรบุรี ในชุมชนของตำบล เช่น การจัดกิจกรรม ทำให้เห็นประโยชน์ จากความร่วมมือที่พร้อมกันทั้งเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล และจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ที่ร่วมกับชุมชนรวมถึงมีผู้ประกอบการในเรื่องอุปกรณ์แสงสีเสียงในการจัดงาน ทำให้งานออกมาประสบความสำเร็จ โดยเริ่มมีการประชุมมาตลอด โดยครั้งแรก เล่าประวัติตำบลหนองจอก ว่าเป็นอำเภอที่มีประวัติศาสตร์มา 100 กว่าปี มีส่วน ในเรื่องวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ต่างๆ จากชุมชนเล็กๆ การจัดงานคนก็ไปเที่ยวหนองจอกเยอะมาก ส่วนคนที่ไม่ได้มากี่ส่งข้อความมาแสดงความชื่นชม ถึงความเป็นห่วงที่ทำให้เห็นผลของการมีเครือข่าย เพราะถ้ามีเครือข่าย เป็นเครือข่ายกัน ก็จะพาไปดูงาน ไปร่วมงาน ทำให้ผลตอบรับดีมาก ทำให้รู้สึกดีและก็มีกำลังใจ ทำให้คิดว่าต้องสานต่อเพื่อชุมชน แต่ก็ต้องดูว่ามีเครือข่ายอะไรเป็นอย่างไร

อย่างเช่น หนองจอกไม่ได้มองเรื่องของผลประโยชน์หรือเรื่องของเงินนำหน้าแต่กำลังจะบอกว่าเขาถึงมองว่าวิถีชีวิตต่างๆ ที่มันดำรงอยู่ทำให้คนหนองจอกมีความภาคภูมิใจ

3) ความร่วมมือกันของเครือข่าย การทำงานเพื่อสังคมต้องทำแบบจริงจัง ซื่อสัตย์ แล้วเงินก็ไม่ใช่ว่าทุกอย่าง แต่สุดท้ายถ้าทำจริง จะมองเห็นทุกอย่างที่ทำ เมื่อชาวบ้านมีกิจกรรมทำงานร่วมกัน จะมีรายได้เสริมจากทำนา หรือรวมกลุ่มกันผลิต เช่น การปลูกผักอินทรีย์ การผลิตปุ๋ยไส้เดือน แล้วก็พัฒนาต่อยอดมีการแบ่งปัน เรียนรู้ สร้างรายได้ มีความสามัคคี โดยอาศัยวิถีพอเพียงจากการใช้พื้นที่ส่วนกลางที่ไม่มีใครใช้ทิ้งไว้เสื่อมโทรม ได้เอามาใช้ให้เกิดประโยชน์ เป็นการทำแบบอาสา ซึ่งก็มีส่วนหนึ่งเป็นจิตอาสา แต่ชาวบ้านที่มีรายได้น้อยก็จะจ้าง “สินค้ามีตลาดสหกรณ์เกษตรอินทรีย์รองรับที่ส่งเสริมหลักสุขภาพชุมชนให้มีผักดีๆ บริโภค เมื่อเหลือก็เอาไปขายต่อไป อยากมีการพัฒนานำตาลโตนดมาทำข้าวเกรียบงาที่ใช้มะพร้าวมาผสมตาลโตนด ที่เป็นสิ่งขึ้นชื่อของเมืองเพชร โดยมีวัตถุดิบ คือตาลโตนด ที่สามารถเอามาใช้ประโยชน์ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มดีขึ้น โดยมีภาครัฐสนับสนุน

อย่างบริษัทประชารัฐเพชบุรีมาช่วยมาบริหารเรื่องการตลาด การประชาสัมพันธ์ แล้วก็เสริมทุนบางส่วน คือภาพรวมแล้วก็ยังมีเรื่องของเกษตรอินทรีย์ ที่ตอนนี้ทุกจังหวัดก็ให้ความสำคัญ เพชบุรีมีหลายกลุ่ม มีโอกาสมีแหล่งเรียนรู้ คนหันมามองถึงสุขภาพ ทำให้มีภาพพจน์ที่ดีขึ้น”

ในเรื่องการรักษาพยาบาลกับการท่องเที่ยวก็มีบริการคลินิกขยายหา อยู่ที่จะอำเภอดงขี้เหล็ก ตรงวัดเนรัญชรา มีโรงพยาบาลรับส่งกับโรงพยาบาลชะอำ ที่เป็นมาตรฐานของสาธารณสุข และมีหน่วยกู้ภัย ซึ่งก็มีทีมงานดูแล รวมถึงเรื่องอาหารที่มีการดูแล ด้านความสะอาด เช่น ชยะติดเชื้อ ซึ่งทีมงานก็พยายามจัดการเรื่องทั้งขยะและการตรวจคุณภาพอาหาร

การเชื่อมโยงคือการเข้าไปรวมกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการรวบรวมธุรกิจท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทั้งหมดรวม 66 จังหวัด ที่มีความร่วมมือสร้างการมีส่วนร่วมโดยการประชาสัมพันธ์ให้ภูมิภาคอื่นๆ ทราบ เหมือนอย่างงานพระนครคีรี ที่มีการสืบสานวัฒนธรรม ซึ่งบอกเสมอว่าสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมเพชบุรี เป็นกระบอกเสียงประชาสัมพันธ์งานอีเว้นท์ต่างๆ ซึ่งก็จะประชาสัมพันธ์ในกลุ่ม

ในภาคประชาชนและภาคท้องถิ่น ชุมชนถ้ำรงค์ เป็นแนวทางในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เป็นตัวอย่างกับอำเภออื่น หรือชุมชนอื่นๆ ถ้าชุมชนอื่นอยากจะทำก็ให้ดำเนินการตามชุมชนถ้ำรงค์ และนำความรู้ในการทำโฮมสเตย์ไปส่งเสริมให้ มีมาตรฐานของโฮมสเตย์ ของการท่องเที่ยว โดยการบริหารจัดการเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งเป็นการร้อยเรียงผู้ประกอบการ ในทุกประเภทธุรกิจด้วยกัน บนพื้นฐานของการเชื่อมโยง บนองค์ความรู้ ที่มีการให้ออกาส การเกื้อกูล ซึ่งกันและกัน ในภาคของหอการค้านี้ผมก็ไปช่วยหอการค้าโดยการรวมกลุ่ม นักธุรกิจรุ่นใหม่ ของเพชบุรี หอการค้านี้ก็อยากให้คนรุ่นใหม่มาสืบทอดอุดมการณ์ ของหอการค้าเข้ามาเรียนรู้วัฒนธรรม องค์กรหรือเครือข่าย ปัจจุบันจึงต้องเกิดกลุ่มใหม่ขึ้น คนรุ่นใหม่จะไม่ค่อยเข้าสังคมสักเท่าไร นอกจากสังคมของวัยรุ่น โดยธรรมชาติก็จะมีหลากหลายหลากหลายมาก เป็นข้อเท็จจริงบางประการในเรื่องของการท่องเที่ยว

การทำงานเครือข่ายนี้ ต้องมีความจริงใจ เห็นผู้คนบนหรือพูดในเรื่องของอดีตแล้ววันนี้ ก็มองแล้วเจอเหตุการณ์ หลายเรื่องแต่ผมมองอีกมุมในฐานะคนเพชรมีความรู้สึกกว่า เพชบุรีมีของดี ที่สามารถเชื่อมด้วยความเป็นพี่น้อง เป็นเสน่ห์ของชุมชน เวลาเที่ยวก็จะเกิดขบวนการหรือแนวความคิด ที่เห็นความน่ารักของผู้คนที่อยู่ในท้องถิ่นแม้กระทั่งการถูกเอารถเอาเปรียบ ซึ่งในประเด็นเหล่านี้ถ้าสร้างเครือข่าย ก็สามารถช่วยได้ เพราะภาครัฐเข้าไปไม่ถึง ซึ่งสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่ไม่หวังผลประโยชน์ เป็นสถาบันที่มีการสร้างแล้วก็พัฒนาคน เป็นส่วนสำคัญที่มีความรู้สึกจะทำอย่างไร ปัจจุบันจะเห็นเด็กรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่ทีตอนนี้รวมตัวกันแข่งขันมากๆ แต่บางครั้งคนเหล่านี้ขาดเรื่องของขวัญและกำลังใจ ซึ่งเรื่องเครือข่ายก็อาจไม่ได้ช่วยอะไรกันเยอะ แต่เมื่อหันหน้ามามองกันก็เข้าใจ เป็นกำลังใจช่วยกัน ให้กำลังใจกัน แม้ไม่มีเงินไปช่วย แต่ถือว่าเรื่องของกำลังใจถือเป็นเรื่องสำคัญ สิ่งเหล่านี้ถ้าสามารถสร้างได้ มีกลุ่มเล็กๆ ที่เป็นเครือข่าย ที่มีความจริงใจต่อกัน มีความจริงใจในความ เป็นให้เพชบุรี สิ่งเหล่านี้ถ้ามีเครือข่ายจะทำให้มีความเข้มแข็งและมีพลังมากมายมหาศาล

ขบวนการต่างๆ ของเมืองเพชบุรี ถ้ามีการเชื่อมประสาน ของคนเพชรที่อยู่เมืองเพชบุรี อาศัยทรัพยากรของเมืองเพชบุรี สร้างเครือข่ายก็จะเกิดพลังหลายๆ เรื่อง ยิ่งถ้าได้รวมถึงสุพรรณบุรี ที่เริ่มต้นมีการเชื่อมประสานมีรอยยิ้มให้กัน จากรอยยิ้มดวงตาที่มีความจริงใจที่เชื่อมั่นในการก้าว

ต่อไปว่าจะมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง ซึ่งก็จะมีนักปราชญ์นอกกลุ่มชาวบ้าน ที่จะคอยช่วยเหลือ รวมถึงเจ้าหน้าที่ อบต. ที่สามารถเป็นผู้ประสานนักวิชาการ ซึ่งคนทั่วไปไม่ค่อยเข้าใจระบบราชการ แต่มีการสื่อสารติดต่ออินเทอร์เน็ต อีเมล และมีอาจารย์อื่นๆ มีส่วนร่วมด้วยน้ำใจ ในการช่วยระคับประคองกันไปตลอดเวลา ข้าราชการก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยประสานกับสังคมภายนอก อีกหน่วยงานหนึ่งที่ใกล้ชิดมากก็คือ กศน. จะหนุนอยู่เบื้องหลัง คือเอาจบมาลงให้ทำการฝีมือ มาฝึกไว้ให้ชาวบ้านมีความรู้ แล้วพัฒนาเป็นรายได้ แต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จ ถ้ามีรัฐบาลสนใจอย่างจริงจังที่จะให้ชุมชนพัฒนาตัวเองได้ ก็คงเป็นมิติที่จะพัฒนาสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน โดยหลักก็ต้องให้ข้าราชการที่มีความเฉลียวฉลาดล้ำลึกกว่ามาสอน แล้วก็ฝึกวิธีที่ล้ำลึกต้องเข้าใจถึงหลักจิตวิทยา ให้รู้คติความเชื่อในหมู่บ้าน และนักวิชาการให้สอดคล้องกันความรู้ทางประวัติศาสตร์ สุดท้ายจะจบด้วยการขายของ เพียงแต่ต้องคัดสรรต้นทุนให้น่าเข้าไปเสพ เช่น “ขนมเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาพื้นบ้านกับชุมชน เพราะเวลาไปเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศก็รู้สึกเข้าใจ รู้สึกซาบซึ้งสุดท้ายก็ต้องซื้อของที่ระลึกกลับ นี่คือการเชื่อมโยงเกิดการอินในการเสพ จะค่อยๆ ไปเป็นเรื่องราวซึ่งมันขายได้ ส่วนเรื่องชุมชนก็อาจจะจัดการได้ยากกว่าจัดการสถานที่ เพราะจัดการคนค่อนข้างยาก”

ปัญหาอุปสรรค

ปัญหาที่เกิดพร้อมตัวกันได้ ก็มีการเชิญไปประชุมเยอะมากจนหลุดจากชุมชน ประเทศไทยไม่ใช่เฉพาะที่เพชรบุรีแต่เรื่องนี้เป็นปัญหาที่เห็นได้ชัด

กลุ่มเพชรบุรีนี้โชคดี เพราะอาหารอร่อย แต่ข้อเสียคือ เค็มจัด มันจัด หวานจัด ซึ่งสาธารณสุขไม่ชอบ จะส่งผลร้ายต่อสุขภาพในระยะยาว แต่ว่าอร่อย สะอาด จึงไม่มีปัญหาเรื่องอาหาร เป็นพิษ อุตสาหกรรมคนเพชรบุรี มีความเป็นศิลปินสูง มีความเป็นปัจเจกบุคคล เพียงแต่ว่างานการท่องเที่ยวจะต้องดูแลลูกค้าโดยต้องสร้างจิตสำนึก แต่การทำงานจะขาดความร่วมมือ และไม่มีทีมที่แข็งแกร่ง องค์กรภาคเอกชน พวกสมาคมชมรมต่างๆ ก็รวมกันอยู่ ไม่ว่าจะป็นหอการค้า สมาคมอุตสาหกรรมหรืออื่นๆ แต่ที่เป็นห่วงคือภาคองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งถ้าผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญก็คงทำอะไรไม่ได้

การท่องเที่ยวชุมชนปัญหา คือ การที่ไม่มีคนมาเที่ยวเพราะว่าสถานที่ท่องเที่ยวขาดการดูแล แต่ถ้าคนจะไปดูแลอย่างเดียวก็น่าอยู่ไม่ได้ ก็ต้องทำมาหากินอย่างอื่น รายได้ยังไม่สมดุลกัน ชาวบ้านก็ต้องทำตามความต้องการเพื่อความอยู่รอดของตัวเอง จึงไม่คำนึงถึงอะไรควรไม่ควร ถูกต้องไม่ถูกต้อง อันนี้จุดใหญ่ของเกือบทุกที่เลย และชาวบ้านต้องการเห็นผลประโยชน์ก่อน ขาดการทำงานเป็นทีมต่างคนต่างทำ รวมถึงส่วนราชการ ซึ่งส่วนราชการเดี๋ยวมาเดี๋ยวย้าย นโยบายที่ส่งเสริมจึงไม่ชัดเจน ตอนนี้ได้มาคือ วิทยุทัศน์ของเพชรบุรี น่ากินน่าอยู่น่าเที่ยว

คนเพชรบุรียังขาด เรื่องการรับแขกไม่ได้ถูกเทรน หรือมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจุบันวิกฤติที่เกิดขึ้นก็คือวิกฤติทางด้านภูมิปัญญา เพราะฉะนั้นสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไป เครือข่าย นี้เป็นเรื่องที่ต้องมีสำนึกและ ศรัทธา ถึงจะสร้างได้ เพราะติดขัดเรื่องบุคลากร แล้วอย่างหลายกิจกรรมรู้เลยว่าเครือข่ายมันสำคัญ น่าจะเป็นเรื่องของบุคลากรที่มีน้อย อยากให้คนรุ่นใหม่มาทำงานในส่วนของการต้อนรับ ดังนั้นถ้ามาเจอพนักงาน มันก็

เป็นภาพลักษณ์องค์กร คือไม่อยากให้มองเป็นเจ้านายลูกน้อง แต่มันคือความเป็นทีม บุคลากรเติบโตไม่ทันตามความต้องการ

วัฒนธรรมจังหวัดต้องการความร่วมมือ เนื่องจากคนที่ไม่รู้จักจะไม่ค่อยคุยกันเหมือนมือคุด ถ้าหากถามว่าทำไมทำงานกับหน่วยงานไม่สำเร็จรู้เลยว่าทุกคนไม่ค่อยไม่ตัดสินใจร่วมกัน อย่างวัดในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี ที่ค่อนข้างจะไปจับต้องยาก ซึ่งไม่เหมือนกับจังหวัดอยุธยา ที่มีจำนวนวัดใกล้เคียงกัน แต่วัดอยุธยาสวยสะอาด ดังนั้นเทศบาล วัดต้องอย่ายึดติดในส่วนของการเป็นเจ้าของ แต่ต้องร่วมมือกัน มิฉะนั้นการที่ภาครัฐจะเข้าไปพัฒนาจะค่อนข้างยาก เพราะบางสถานที่ไม่เปิดโอกาสให้เข้าไปพัฒนา ส่วนปัญหาที่อาจต้องปรับเปลี่ยน คือ บุคลิกของเจ้าของร้าน การต้อนรับ บางครั้งก็ส่งผลในเชิงลบต่อการมาท่องเที่ยวเหมือนกัน แต่ปัญหาหลักๆ คือ เวลานโยบายที่ออกไปแล้วมันได้รับการตอบสนองมาน้อยแค่ไหน มันเอาไปต่อยอดในความเป็นจริงได้แค่ไหน ไม่ใช่แค่โครงการในฝันเหมือนไฟไหม้ฟาง ซึ่งส่วนใหญ่ภาคราชการมักเป็นแบบนั้น

คนเพชรบุรีมีน้ำมีไร่เยอะ อาชีพเกษตรกรทำให้เวลาว่างน้อย เพราะต้องทำนาไร้อ่างน้ำตลอดปี จึงมีปัญหาเรื่องคน เรื่องงานที่ไม่สามารถรวมกันได้ ความร่วมมือกันจึงทำได้ยาก แล้วติดขัดเรื่องระเบียบ ซึ่งถ้าต้องการให้หน่วยงานราชการสนับสนุนอย่างเต็มที่ก็ต้องแก้เรื่องกฎหมาย ทำให้ปัญหาคือข้าราชการพอจะรู้อะไรอย่างล้าลึกก็ต้องมีบทบาท ต้องย้ายไปพัฒนาคนขึ้นมาใหม่ นี่ก็เป็นข้อดีอีกจุดหนึ่งที่ทำให้ไม่รุ่งโรจน์ ซึ่งก็ต้องแก้ไขกัน อย่างหน่วยงานพัฒนาหมู่บ้านก็มาใกล้ชิดอย่างไร กระทั่งรวมหาดไทยมาใกล้ชิดเพราะว่าคนที่เป็นแกนนำคือ อบต. ผู้ใหญ่ กำนัน หรือมีกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาต่างเข้ามา แต่มาไม่พร้อมกัน การทำส่วนมากก็เป็นตามกระแส แต่ถ้าเอาจุดขายคือการท่องเที่ยวโดยให้มีส่วนร่วมและยึดหลักราชการด้วย ก็จะเป็นการพัฒนาประเทศชาติอย่างหนึ่ง อันนี้ก็คือความเห็นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. การประสานงาน
2. ความไม่เข้าใจกันจากความมือคุด
3. กฎระเบียบที่ขัดกันของกฎหมาย
4. คนขาดความรู้ความเข้าใจ ในงานบริการด้านการท่องเที่ยว
5. ต้องการเห็นผลประโยชน์ก่อน หรือทำแล้วจะได้อะไร
6. การขับเคลื่อน

เครือข่ายมีข้อดี แต่ขาดการส่งเสริมจากภาครัฐหรือหน่วยงานราชการ และขาดความต่อเนื่อง ปัญหาคือ คนมักจะมองว่าทำแล้วได้อะไร ทำไปทำไม ก็จะมาหาประเด็นร่วมกัน มีข้อเสนอแนะในเรื่องของทางออก การบริหารงานต่างๆ โดยที่ท่านได้กล่าวมา การสร้างเครือข่ายทำไมคนถึงไม่เข้า เพราะว่าตัวเองคิดว่าตัวเองเก่งเป็นที่ 1 อย่างขนมหม้อแกง แม้นั้นแม่นี้ไม่ใช่ขนมหม้อแกงเพชรบุรี เพราะว่าคิดว่าตัวเองเป็นที่ 1 การตั้งเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัด พังงา ภูเก็ต หรือภาคใต้ทั้งหมดถือว่างานการเข้าเครือข่ายเป็นเรื่องที่ดี แต่เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนของเพชรบุรีที่จัดไว้มีการประชุมไปแล้วแต่ก็ไม่ทำงานต่อก็จะหายไปหมด

“อย่างแหล่งท่องเที่ยวถ้ำลง กับอาสาสมัคร 2 ริมฝั่งแม่น้ำเพชรบุรี ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวมีการประชุมกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำแต่พอประชาชนส่งงานไปให้ภาครัฐ แต่ภาครัฐไม่ทำงานต่อเรื่องนั้นก็ยุติลง”

ถ้าเป็นภาครัฐกิจของประชาชน ถ้าธุรกิจของชุมชนมีคนเข้ามาช่วย ภาคเอกชนก็ต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ดังนั้นถ้าหน่วยงานรัฐไม่ขับเคลื่อนก็ไม่สามารถสร้างเครือข่ายของประชาชนได้ โดยเฉพาะการเชิญผู้นำชุมชนไปประชุมจนหลุดจากชุมชนก็ยังสร้างไม่ได้

เรื่องปัญหาและอุปสรรค เรื่องภาพลักษณ์ เรื่องระเบียบต่างๆ ที่สำคัญทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนหรือบุคคล ซึ่งคนยังไม่เปิดใจยอมรับกัน ยังไม่ยอมที่จะรับความจริงและรับฟังความคิดของคนรุ่นใหม่ ซึ่งปัญหารากเหง้าคงมาจากเรื่องงบประมาณจากรัฐ ธุรกิจปัจจุบันนี้ คิดแต่จะทำให้ตัวเองมีผลตอบแทนสูงสุดถึงจะคืนกำไรให้กับสังคม ที่จะทำให้คนในองค์กรนั้น ทำงานเพื่อเอากำไร เพื่อผลประโยชน์ โดยขาดความเสียสละ ให้กับส่วนรวม การทำเครือข่าย เรื่องการเสียสละต้องมาก่อน ทุกคนในองค์กรที่เข้าร่วมเครือข่าย

เครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดเพชรบุรี

สมัยรัชกาลที่ 4 เป็นผู้จุดประกาย เมื่อก่อนขอภาษีคนที่ทำน้ำตาลเล็กๆ น้อยๆ ได้เงินมากไปสร้างพระตำหนักบนเขาวังพระนครคีรี เงินยังเหลือไปชดเชยดอกเบี้ยสะดวกได้อีก จุดประกายให้คนเมืองเพชรขยันทำตาลกัน และปัจจุบันก็มีการอนุรักษ์ตาลเมืองเพชร เป็นการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ มีประวัติศาสตร์เพชรบุรีมีความพร้อมทุกอย่าง 1) หาดทรายชายทะเลหลายที่ จึงเรียกว่า Tourism Product ของเพชรบุรี 2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติป่าเขา มีแก่งกระเจาน แม่น้ำเพชร 3) ศิลปะและวัฒนธรรม มีมากหลายแขนงเลย 4) ทางประวัติศาสตร์ ก็น่าจะอยู่ในช่วงสุโขทัย อโยธยา มีวัดมีวัง 3 วัด และมีวิสาหกิจชุมชน สินค้าแปรรูปพวกเกลือ ประมง เกษตร หรือจะเป็นโฮมออป ก็ได้ สุดท้ายมีแหล่งท่องเที่ยวที่เรียกว่า Man-made และมีโครงการพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง ศักยภาพสูงมากเลย สินค้าท่องเที่ยวนี้ จังหวัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่โดดเด่นแต่หลากหลาย ทั้งทะเล ทะเลหมอก วัด วัดที่หลากหลายมาก เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ต้องปลอดภัย ซึ่งปลอดภัย มีวินัย สะอาด ดูแลสิ่งแวดล้อมดี การคมนาคมสะดวก

ชะอำมีแต่ทะเล ไม่มีน้ำตก ไม่มีตลาดน้ำ ไม่มีห้างสรรพสินค้า ไม่มีโรงแรม ชะอำไม่มีสักอย่าง แต่จุดที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น ไปดูถ้าไปเที่ยววัด ก็ไปวัดชะอำเลยขึ้นไปจะมีถ้ามีพระ สามารถขึ้นไปก็สักการบูชาได้ ซึ่งมีที่เดียว ไปวันเดียวก็ครบหมด หรือไปแหล่งโบราณสถานทุ่งเศรษฐีเขานางพันธุรัตที่เป็นนวนอุทยานคนก็ไม่รู้ เพราะในชายหาดชะอำไม่มี Information เกี่ยวกับการท่องเที่ยวตรงนี้เลย อย่าง ททท. ก็ไม่น่าอยู่ข้างนอก จึงน่าจะมีสำนักงานเล็กๆ อยู่ตรงชายทะเล เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ชาวไทยเข้าไปถาม เมื่อมีอะไรมากกว่านี้ มีเทศกาลอะไรใหม่ ปูอัดปูชักจะมีวันไหนช่วงเดือนอะไร

โครงการเพื่อศึกษาดูงาน ถ้าเป็นหมวดหมู่แล้ว บริหารจัดการได้ง่าย แต่เส้นทางโครงการพระราชดำริ ตั้งคณะกรรมการของจังหวัด ทำเส้นทาง ว่าผ่านทางด้านไหนบ้าง มี 3 เส้นทางที่ภูมิภาคอื่นๆ คือ 1) เส้นทางเลียบบางตะบูนพระราม ผ่านโครงการแหลมผักเบี้ย ประมงพระราชดำริ ผ่านมา

เชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยว 2) เส้นทางเพชรเกษม 3) เส้นทางบายพาส ผ่านสวนสมเด็จพระกุบเกพง
โครงการซังหัวมัน สิ่งแวดล้อมสิรินธร

จากข้อมูลการลงพื้นที่ซึ่งขอเสนอแนวคิดของเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยใน
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย

1. วัดมหาธาตุ และท่องเที่ยวในเทศบาลเมืองเพชรบุรี วัดมหาธาตุมีพระปรางค์ที่สร้างมากกว่า
600 ถึง 700 ปี มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก เพราะถือเป็นสถานที่แห่งเดียวในโลก เป็น
สถานที่แห่งศรัทธา ไปแล้วมีความสุขที่สร้างความสัมพันธ์ให้กับครอบครัว เป็นสิ่งที่จูงใจในการ
ท่องเที่ยวอยู่ในเขตเทศบาล ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปท่องเที่ยวในเทศบาลเมืองเพชรบุรีที่มีวัด จำนวน
32 วัด พระบรมมหาราชวัง 2 วัง คือวังบ้านปืนกับเขาวังหรือพระนครคีรี ซึ่งการท่องเที่ยวเทศบาล
เมืองเพชรบุรี เป็นที่น่าสนใจและมีความยั่งยืน

2. พิพิธภัณฑสถานไทยพวนวัดมาบปลาเค้า การท่องเที่ยววัฒนธรรมในชุมชน ที่แสดงถึงความเป็น
ชาติพันธุ์พวน ลงมาทำงานทางด้านวัฒนธรรมนี้เมื่อปี 2540 มีครอบครัวแล้วมาใช้ชีวิตอยู่ในบ้าน มี
ความรู้ความสามารถของตัวเอง จาก 40 ถึงปีนี้ ก็มีการท่องเที่ยวเข้ามาในรูปแบบ ตั้งแต่ที่ยังไม่มี
สถาบันหรือกลุ่มอะไรเข้าไป จะเป็นในลักษณะของปากต่อปากกันไป ก็มีการสร้างอัตลักษณ์ทางการ
แต่งกายที่เป็นไทยพวน ทั้งชุมชน และต้องมีการประชุมร่วมกันของชุมชนก่อนเอาไหม โดยส่วนตัวแล้ว
ตัวเองก็ทำในธุรกิจส่วนตัวแล้วก็ทางด้านจิตอาสาแต่ถ้าจะทำโดยรวม โดยชุมชนจะต้องให้ชุมชน
ช่วยกันหรือมหาวิทยาลัยราชภัฏ ก็ได้ร่วมกับชุมชน ได้สัมผัสหลายสิ่งหลายอย่างในชุมชนครบ แต่ก็
ขับเคลื่อนได้ยาก จากปัญหาที่ต้องคุยกันภายในชุมชน แต่ชาติพันธุ์พวน ไม่ใช่ในเฉพาะมาบปลาเค้า
เพราะยังมีพื้นที่รอบๆ เขาหลวงตำบลธงชัยคือ จุดแรกที่ ไทยพวนจังหวัดเพชรบุรีมาอยู่ จุดที่ 2 บ้าน
ดอนผิงแดด จุดที่ 3 บ้านลาด จุดที่ 4 บ้านหนองปลาไหล จุดที่ 5 และ ใหญ่ที่สุดก็คือบ้านมาบปลา
เค้า แต่ถ้าเทียบกับไซดำเป็นจุดเล็กๆ ก็มีคนถามว่าไซลาวโง่งหรือไม่ ก็อธิบายว่าไม่ใช่พวกเราเป็นไทย
พวน ที่เขาถามเพราะว่าไทยทรงดำจะเป็นอะไรที่เป็นเอกลักษณ์ของเพชรบุรีมาก จากประเด็นที่ได้
กล่าวมา 20 ปี ที่ต้องต่อสู้ด้วยการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นไทยพวน จนปัจจุบันก็ได้รับการยอมรับ
มากขึ้นในเพชรบุรี ซึ่งการออกแบบความคิดหรืออะไรก็จะมาจากสาวไทยพวนเพชรบุรี ดิฉันไม่ได้ทำ
เพื่อตนเองแต่ทำเพื่อให้สาวไทยพวนมีตัวตน นักวิชาการจะไม่ยอมรับก็ไม่มีผล แต่หวังให้ลูกหลานเกิด
การยอมรับ

3. พิพิธภัณฑสถานปานถนอม แรงบันดาลใจคืออ่านบทความที่นักวิชาการเขียนเรื่องเกี่ยวกับไทย
ทรงดำ คลาดเคลื่อนตามความเป็นจริง ก็อยากให้ออกต้อง เป็นความงดงามทางสังคมที่ถูกต้อง เลยมา
ตั้งพิพิธภัณฑสถานที่บ้าน เมื่อก่อนทำอยู่กับโรงเรียน ผู้บริหารถ้าไม่ให้การสนับสนุนไม่ยากให้ทุ่มเทมาก
แต่ป่าต้องการทุ่มเทมาก จึงมาตั้งที่บ้านเพื่อจะได้ทำอย่างที่ต้องการจะทำ ก็ได้จัดขึ้นในวันที่ 2
เมษายน 2542 เริ่มจัดพื้นที่ในบ้านเป็นพิพิธภัณฑสถานแล้วก็จัดของใช้ต่างๆ เป็นหมวดหมู่ โดยมี
นักวิชาการของมหาวิทยาลัยมหิดล ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีมาคอยดูแลและชี้แนะทำตาม
คำแนะนำ แต่อดีตทำอย่างที่ยากทำไม่ได้ยึดหลักวิชาการ ตอนนี้มีหลักวิชาการและมีผู้ร่วม
อุดมการณ์เดียวกันมาช่วยด้วย ซึ่งเมื่อก่อนก็คิดว่าตัวเองจะปิดชีพในเสื้อฮีเอาไว้ชมตัวเอง แต่ต่อมา
นักท่องเที่ยว นักวิชาการสนใจให้กำลังใจ แล้วก็พัฒนาชุมชนหมู่บ้านมาให้การสนับสนุนสร้างเสริม
เลยมีความรู้สึกว่าการที่ต้องรับใช้สังคม

การวิเคราะห์ข้อมูลกิจกรรมการเสวนาเพชรบุรีกับสุพรรณบุรี

การทำกิจกรรมสัมมนาพร้อมกันของผู้เข้าร่วมจากจังหวัดเพชรบุรีกับจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เพื่อร่วมเป็นฐานข้อมูลในการทำกิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการและการเสวนา ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอเป็นกระบวนการประกอบด้วย

1. การเรียนรู้เรื่องเครือข่าย
2. ประสบการณ์เพื่อการเรียนรู้ กรณีศึกษา
3. สรุปประเด็นจากประสบการณ์เพื่อเป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. กิจกรรมปฏิบัติการแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
5. การเสวนาร่วมแสดงความคิดเห็นถึงแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานตามกระบวนการผู้เข้าร่วมกิจกรรมสัมมนาและการเสวนา มีดังนี้

1. การเรียนรู้เรื่องเครือข่าย

ผู้วิจัยได้ความร่วมมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ รศ.ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล นำเสนอการเรียนรู้เรื่องเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทย ท่านได้กล่าวว่า

“คนไทยไปไหนมาไหนนับญาติกันหมด ข้อเสียคือการลืมนำ เพราะไม่มีกิจกรรมทำร่วมกัน ฉะนั้นเครือข่ายจะอยู่รอดได้ต้องมีการทำกิจกรรมร่วมกัน” คำว่าเครือข่ายจึงเป็นเรื่องใกล้ตัว เช่น คำว่า “พวก” มีอักษร “พ” หมายถึง พี่พากัน “ว” หมายถึง ไว้วางใจ และ “ก” หมายถึง เกรงอกเกรงใจ ฉะนั้นคำว่าเครือข่ายบางครั้งก็พูดว่าทีม หรือ ก็พูดว่าทีมงาน แต่สิ่งที่กล่าวมาเรื่องที่สำคัญคือจะทำอย่างไรให้เครือข่ายเข้มแข็ง และสามารถแตกหน่อออกรากหรือมีความยั่งยืน อย่งดีขึ้นไป ดังนั้นการจะเป็นเครือข่ายกันก็จะหาจุดดีมาคุยกัน ทุกคนมีดีเป็นของตัวเอง สิ่งดีๆ มีกันทุกคน จึงต้องนำออกมา คนที่เป็นผู้นำต้องรู้จักเอาสิ่งดีๆ ออกมาใช้ให้เกิดการเรียนรู้กัน แต่ถ้าเป็นสิ่งที่ไม่ดีก็อย่าไปทำโทษเขา เพียงแต่ให้อยู่ห่างๆ แต่สิ่งดีๆ ที่รับรู้สามารถนำไปพัฒนาต่อด้วยการทำดีคือ พูดดี คิดดี สื่อสารดี ซึ่งถือเป็นการทำการตลาดที่ยิ่งใหญ่ที่สุดโดย การสื่อสารแบบปากต่อปาก เพราะคนที่บอกคือคนที่สนิท เวลาคนที่สนิทมาบอกย่อมเชื่อ การที่จะทำให้เครือข่ายเดินหน้าได้ แล้วก็เกิดความยั่งยืน มีการแตกหน่อต่อ ยอด ต้องเกิดการเรียนรู้ร่วมกันมีความคิดเห็นไปในเป้าหมายเดียวกัน เพื่อการสร้างเครือข่ายร่วมกัน ทำดีร่วมกัน ช่วยเหลือกัน ให้เกิดความยั่งยืน

2. ประสบการณ์เพื่อการเรียนรู้ กรณีศึกษา ตัวแทนจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดเพชรบุรี

กรณีศึกษาตัวแทนจากจังหวัดสุพรรณบุรี คุณนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา จากศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) มาเล่าประสบการณ์ในการดำเนินชีวิต ท่านได้กล่าวว่า “คนเราเกิดมาเราจะไปมองจุดด้อยทำไม ผมเชื่อว่าในคนหนึ่งคนย่อมได้รับพรวิเศษมาคนละ

1 ข้อ บางคนหาพรวิเศษนั้นไม่เจอ จึงทำให้ชีวิตไม่ประสบความสำเร็จหรือหลายๆ คนเจอแต่ขาดความมุ่งมั่นที่จะนำพรเหล่านั้นมาต่อยอดให้ประสบความสำเร็จ พรวิเศษนั้นจะสังเกตได้ว่า ถ้าได้ทำสิ่งนั้นแล้วจะรู้สึกเบื่อ ผมเองผมรู้สึกว่าผมได้รับพรจากสวรรค์ในเรื่องการปลูกต้นไม้ เพราะผมไม่เคยเบื่อ ก็เลยทำให้ผมมีความสุขในการปลูกต้นไม้ เลยทำให้ผมมองถึงเรื่องการทำงาน จึงทำให้ผมเลือกงานในการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว แล้วผมคิดว่าผมประสบความสำเร็จในระดับที่พอใจ ส่วนหน้าที่ต่อไปสำหรับชีวิตคนหนึ่งคนนี้ คงไม่ได้มีเพียงทำให้ชีวิตตนเองและครอบครัวมีความมั่นคงอย่างเดียว เพราะนั่นเป็นครึ่งหนึ่งของชีวิตเท่านั้น อีกครึ่งหนึ่งของชีวิตที่ต้องทำแล้วมันเป็นเรื่องที่ ที่อาจจะไม่ได้บัญญัติไว้ว่าเป็นหน้าที่ ที่จะต้องตอบแทนผู้มีพระคุณ ซึ่งอาจเป็นแผ่นดินหรือพ่อแม่ การตอบแทนนี้เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องทำ ผมไม่เชื่อว่าทุกคนที่อยู่ในที่นี้ทำหน้าที่เพียงแต่หวังผลประโยชน์ แต่ผมเชื่อว่าทุกคนทำงานด้วยจิตวิญญาณ เช่น ต้องการให้คนมาท่องเที่ยว คนที่มาพักมีความสุข ท่านนำเสนอวิถีชีวิตในสายน้ำ อย่างบ้านสวนแผ่นดินแม่ ท่านไม่ได้ทำเพียงเป้าหมายเพื่อประโยชน์ที่ตัวเองจะได้รับ แต่ยังทำเพื่อรักษาความงามที่บรรพบุรุษทำไว้จากรุ่นสู่รุ่นจนถึงรุ่นปัจจุบัน แล้วกำลังเป็นรุ่นที่จิตวิญญาณเจือจางลงไปเรื่อยๆ ถ้าเกิดไม่มีใครลุกขึ้นมา ไม่มีใครกล้ารักษาความงามแบบนี้ไว้ อนาคตเชื่อว่าคนรุ่นหลานๆ จะไม่ได้สัมผัสสิ่งที่ดีงามแบบนี้ ซึ่งถือได้ทำหน้าที่นี้บกพร่องมาก ฉะนั้นทุกคนมีหน้าที่ตอบแทนคุณแผ่นดิน ตอบแทนคุณบรรพบุรุษ ในการรักษาความงามสิ่งเหล่านี้ให้คงอยู่สืบไปสู่รุ่นลูกหลาน ให้อยู่คู่กับแผ่นดินไทยมากที่สุด”

“ในส่วนของความรับผิดชอบของผม ผมว่าผมควรมีความรับผิดชอบในเรื่องการสืบสานวัฒนธรรมข้าว ความรับผิดชอบของผมคือการทำให้ความงามทางด้านวัฒนธรรมของข้าวให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งอาจเป็นเพียงส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งในการตอบแทนคุณแผ่นดินเพราะว่ายังมีอีกหลายส่วน เช่นอารยธรรมเมืองอุทอง ซึ่งคนสุพรรณทุกคนเองไม่ใช่จะรู้ แต่ตอนนี้ก็มีผู้ที่กล้าและกำลังที่จะทำให้เป็นที่ยอมรับ ผมเชื่อว่าน่าจะสามารถประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน ความงามมันต้องเกิดจากการถ่ายทอดและเรียนรู้ เพราะฉะนั้นต้องให้คนมาสัมผัสถึงความงามนั้นได้ แต่คงไม่สามารถทำได้เพียงบุคคลใดบุคคลหนึ่งแล้วสำเร็จ แต่จะต้องมีการช่วยเหลือกัน เป็นเรื่องราวที่ทุกๆ คนต้องช่วยกันทำให้เรื่องราวเหล่านี้มีผู้คนมาสัมผัสมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีเพราะบรรพบุรุษได้สืบทอดกันมาจะได้ไม่เลือนรางและจางหายไป”

“จังหวัดเพชรบุรีจากที่ผมสัมผัสกับเรื่องราวของสถาปัตยกรรม มีของเก่าไม่น้อยกว่าสุพรรณบุรี ผมเชื่อว่าความสำเร็จที่ได้จากเครือข่ายเป็นไปได้สูง แต่จะทำอย่างไรให้เครือข่ายได้แสดงศักยภาพ จึงขอแสดงความคิดเห็นดังนี้”

“ประการแรกคือ เราต้องมีความคิดเห็นตรงกัน เพื่อให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งครอบคลุมทุกพื้นที่ จะทำให้ทุกคนได้รับประโยชน์ในการทำเป้าหมายที่ตัวเองตั้งไว้ จะประสบความสำเร็จเพียงคนเดียวตามลำพังอย่างอาจารย์เฉลิมชัยนั้นก็เป็นไปได้แต่ก็เป็นไปได้ยาก สองควรเอาพลังแต่ละคนมารวมกันโดยไม่คิดว่าอันไหนของเขา อันนี้ของเรา แต่ให้คิดรวมกันว่ามันเป็นพวก จะได้เอาพลังที่มี มาช่วยเกื้อหนุนและส่งเสริมกัน และสามทุกคนต้องรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง รู้หน้าที่ของตนเอง เครือข่ายย่อมเข้มแข็งได้อย่างรวดเร็ว หากมองผลประโยชน์เป็นที่ตั้งเครือข่ายย่อมไปไม่รอด ผลประโยชน์ที่ได้จะเป็นเพียงแค่ผลพลอยได้ แต่ขอให้ทำตามหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบให้ประสบความสำเร็จผลประโยชน์ที่ได้จะตามมาเอง ดังนั้นถ้าเครือข่ายเกิดขึ้นได้จะเป็นความยั่งยืนและที่

สำคัญทุกคนในเครือข่ายจะมีความสุขในการทำงาน เพราะมีเพื่อน จะมีการพบปะกัน ไม่มีใครเข้าใจ พวกเราเท่าคนในสถานะเดียวกันคือความรับผิดชอบต่อแผ่นดิน บรรพบุรุษ และนักท่องเที่ยว เมื่อเขาตัดสินใจจะมาหา ต้องทำให้เขาไม่เสียเวลาที่มาหา และต้องสร้างความประทับใจให้ผู้มาหา ความประทับใจนั้นก็เกิดจากรอยยิ้ม การดูแล เมื่อผู้มาประทับใจก็จะบอกต่อไป สร้างกำลังใจให้คนในชุมชน”

กรณีศึกษาตัวแทนจากจังหวัดเพชรบุรี นายอุดมเดช เกศเกล้า อธิบายถึงความเป็นเพชรบุรีว่า

“แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีน้ำตก ภูเขา ทะเล และแม่น้ำเพชรบุรี แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นโบราณสถาน วัดอารามต่างๆ ซึ่งจังหวัดเพชรบุรีมีวัดเก่าไม่น้อยกว่า 200 วัด ใน 8 อำเภอ และเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีหลักฐานก่อตั้งเมืองมายาวนานตั้งแต่สมัยทวารวดี ซึ่งก่อตั้งมาแล้วกว่า 823 ปี นับว่ายาวนานกว่าเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากเพชรบุรีเป็นหัวเมืองทางผ่านไปอยุธยา สุโขทัย จึงเป็นที่แวะพัก รวมถึงเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่พระมหากษัตริย์ทรงโปรดเสด็จมาตั้งแต่อยุธยา สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ ในหลวง ร.4 ร.5 และ ร.6 ทรงโปรดเมืองเพชรบุรีมากถึงขนาดสร้างพระราชวังที่เมืองเพชรบุรี ซึ่งสร้างอยู่บนเขาวัง อยู่ใจกลางเมืองเพชรบุรี พระราชวังที่ 2 ก็คือพระรามราชนิเวศน์ แต่คนเมืองเพชรจะเรียกว่าวังบ้านปืน เป็นพระราชวังในสมัยรัชกาลที่ 5 พระราชวังที่ 3 คือ พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน เป็นพระราชวังไม้สักสร้างอยู่ริมทะเลชะอำ”

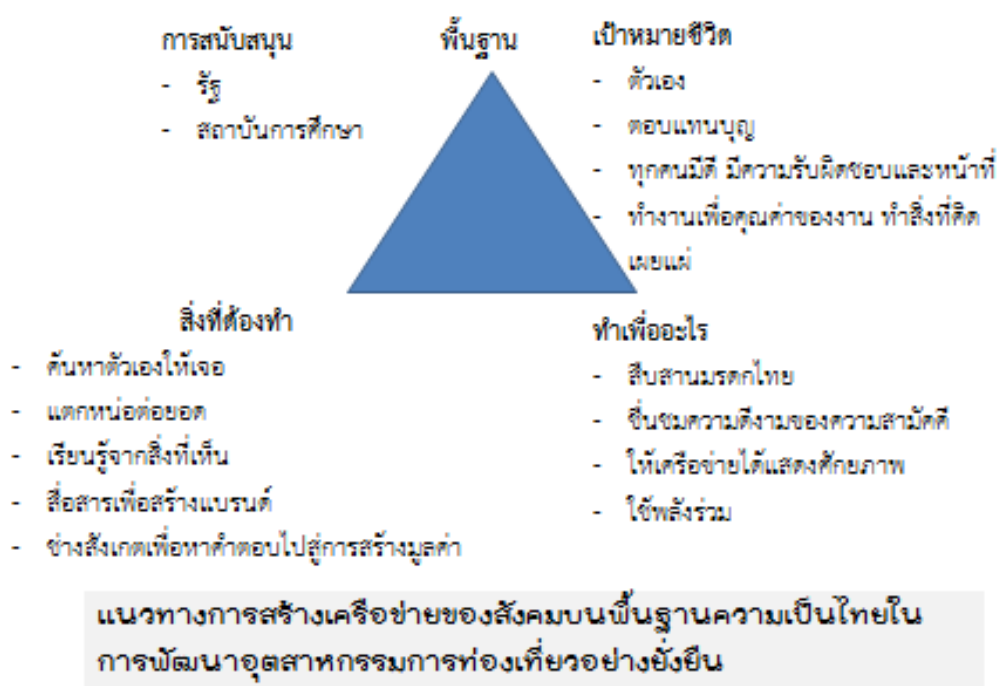
“เมืองเพชรบุรียังมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้งคนไทยท้องถิ่น คนไทยเชื้อสายจีน ไทยทรงดำ ไทยพวน ลาวพวน ลาวเวียง และยังมีไทยมุสลิม คนมอญ รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง ทำให้จังหวัดเพชรบุรีมีความโดดเด่นในการท่องเที่ยวตามสโลแกนของอดีตผู้ว่าเพชรบุรี ที่กล่าวถึง 3 น่าของเมืองเพชรบุรีคือ 1) น่าอยู่ เมืองเพชรบุรีมีโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทางสะดวก เพราะมีถนนเพชรเกษม เชื่อมตัดสู่ 14 จังหวัดภาคใต้ และมีถนนสายรองเป็นถนนติดชายทะเลเป็นโครงสร้างพื้นฐานและที่สำคัญคือเรื่องความปลอดภัย 2) น่ากิน เมืองเพชรบุรีขึ้นชื่ออาหาร 3 รสชาติคือ รสหวานจากน้ำตาลโตนด รสเปรี้ยวจากมะนาว และรสเค็มจากเกลือสมุทร เพชรบุรีมีอาหารตั้งแต่ภูเขาจนถึงทะเล ซึ่งนับได้ว่าเป็นเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ 3) น่าเที่ยว เรื่องการท่องเที่ยวเมืองเพชรบุรี มี 4 ทะเล (1) ทะเลหาดทราย ได้แก่หาดปึกเตียน หาดเจ้าสำราญและชายหาดชะอำ ชายหาดชำอำจะมีศักยภาพมากกว่าสองหาดที่กล่าวมาเพราะมีชายหาดยาวประมาณ 7 กิโลเมตร (2) ทะเลโคลน จะเป็นป่าชายเลน หอยเสียบเป็นสิ่งขึ้นชื่อในบ้านแหลมปัจจุบันหายากมากขึ้น (3) ทะเลนํ้าจืด ได้แก่แก่งกระจาน (4) ทะเลหมอก ประมาณเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ของทุกปีนักท่องเที่ยวจะขึ้นไปพิงเนินทุ่ง ซึ่งห่างจากแก่งกระจานประมาณ 50 กิโลเมตรเพื่อไปดูทะเลหมอก นอกจากนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีพระราชวัง วัด งานฝีมือศิลปะ คือสกุลช่างเมืองเพชร ภูมิปัญญาท้องถิ่นคนเมืองเพชร”

“เรื่องของการเป็นเครือข่ายในจังหวัดเพชรบุรี ในภาครัฐมีสภาวัฒนธรรมระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด ในภาคการเกษตรมีเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ เกษตรสีเขียว เกษตรปลอดภัย ซึ่งมีตลาดสำหรับจำหน่ายผลผลิตทุกวันอังคารถนนริมน้ำข้างจวนผู้ว่า ซึ่งเกษตรกรที่ปลูกผักอินทรีย์จะนำผลผลิตมาขายที่ตลาดแห่งนี้ รวมถึงตลาดดงยาง นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน มีตลาดน้ำนาพันสาม มีตลาดทำน้ำซังภพ และอีกหลายตลาดที่มีการจัดการโดยชุมชนของตนเอง รวมถึงแหล่งเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม เช่น ในเรื่องของศิลปะปูนปั้นเมืองเพชร หรือศูนย์การเรียนรู้การเขียนลายน้ำ

ซึ่งเป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายด้านศิลปวัฒนธรรมชุมชนเป็นเครือข่ายพื้นที่สร้างสรรค์เพชรบุรี สามารถนำต้นทุนทางด้านศิลปวัฒนธรรมมาให้เด็กและคนในชุมชนเรียนรู้ต้นทุนในชุมชนของตนเองแล้วนำมาเผยแพร่สู่สังคม”

3. สรุปประเด็นจากประสบการณ์เพื่อเป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การสรุปประเด็นเป็นการสร้างความเข้าใจให้กับผู้ร่วมสัมมนาได้เกิดการรับรู้ร่วมกัน มีความเข้าใจเหมือนกัน ตรงกัน ท่าน รศ.ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล กล่าวสรุปประเด็นกรณีศึกษาของคุณนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา จากศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) สรุปดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 รูปสามเหลี่ยมขับเคลื่อนจินตนาการให้เป็นจริง

จากภาพที่ 4.1 แสดงให้เห็นถึงรูปสามเหลี่ยมขับเคลื่อนจินตนาการให้เป็นจริง โดยเริ่มต้นจาก 3 ประเด็นใหญ่ คือ

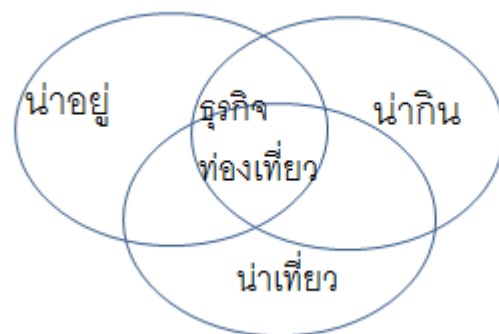
1. ประเด็นพื้นฐาน ความเป็นพื้นฐานจะมาจากการสนับสนุนของรัฐ สถาบันการศึกษา ซึ่งเป็นการร่วมมือที่ยิ่งใหญ่ กับชุมชน เอกชน และมหาชน ร่วมกันเพื่อสืบสานสิ่งที่ดีงามของสังคมไทย แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ เป้าหมาย ซึ่งเป้าหมายที่สำคัญ ต้องมีความชัดเจน เป้าหมายชีวิตมีอยู่สองส่วนคือ เป้าหมายชีวิตของตัวเองว่าตัวเองต้องการอะไร และเป้าหมายชีวิตของตัวเองต่อสังคมที่มองออกไป

2. สิ่งที่ต้องทำ ต้องเชื่อว่าทุกคนมีดี มีความรับผิดชอบและมีหน้าที่ ถ้าเชื่ออย่างนี้ จะทำให้คนอื่นมองในเชิงบวก มีความไว้วางใจและศรัทธาในคนนั้นๆ

3. ทำเพื่ออะไร การทำงานต้องทำเพื่อคุณค่าของงานและคุณค่าความเป็นมนุษย์ เมื่อการกระทำมีคุณค่ามูลค่านั้นก็จะตามมาเอง

ดังนั้นทุกคนต้องมีการคิดจากสิ่งที่มี ให้ทำจากสิ่งที่คิด และเผยแพร่จากสิ่งที่ทำ หลักการนี้คือ หลักการเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งสิ่งที่จะต้องทำคือ 1) ค้นหาตัวเองให้เจอ ทุกคนมีพรสวรรค์แต่คนไม่รู้ แทนที่จะเอาเวลาไปทำให้กับคนอื่นควรเอาเวลามาทำกับสิ่งที่ตนเอง นี่คือการแตกต่างที่พูดถึงปัจจุบัน 2) เมื่อหาตัวเองเจอแล้วนั้นต้องแตกหน่อต่อยอด 3) ทำด้วยความรัก หากทำงานด้วยความรักมันจะมีความสุขกับงานที่ตัวเองทำ สะกดคำว่าเหนื่อยไม่เป็น เรียนรู้จากสิ่งที่เห็น สิ่งที่ต้องทำคือ สื่อสารเพื่อสร้างยี่ห้อ ซึ่งทำได้เมื่อทำให้เกิดความประทับใจ สิ่งที่ย้ำอีกอย่างหนึ่งคือเป็นคนช่างสังเกต เพื่อสร้างมูลค่า สุดท้ายทำเพื่อสืบสานมรดกไทย อันต่อมาต้องทำให้เครือข่ายมีศักยภาพ และสุดท้ายคือต้องร่วมกันคิด สามเหลี่ยมนี้จะเป็นสามเหลี่ยมที่สร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น สรุปดังภาพที่

4.2



ภาพที่ 4.2 3 น่าขับเคลื่อน อัตลักษณ์สู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

จากภาพที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึงสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวเพชรบุรี มีอยู่ 3 น่า เพื่อขับเคลื่อนอัตลักษณ์สู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน น่าอยู่พูดถึงศักยภาพของจังหวัดที่มีมาก น่ากิน คือแตกหน่อต่อยอดโดยใช้ต้นทุนมาทำเป็นที่กินที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยว น่าเที่ยวคือการคืนกำไรชีวิตให้กับนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวในสถานที่ที่สวยงาม ทั้ง 3 น่า นั้นมีศักยภาพในจังหวัดเพชรบุรี เพราะมีทรัพยากรหนูน้อยมาก ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าคิดว่าจะทำอย่างไรให้กลายเป็นเชิงธุรกิจ เพื่อตอบสนองคนที่มาเที่ยว สิ่งเหล่านั้นทำให้เห็นว่า วงกลม 3 วงเมื่อเชื่อมโยงกัน แต่ละวงมีความเชื่อมโยงกันของทั้ง 3 วง ที่ทำให้เห็นถึงธุรกิจท่องเที่ยว ดังนั้นถ้าสามารถเป็นเครือข่ายเชื่อมโยง ต้องดูว่าจะเกี่ยวกันตรงช่องไหน เป็นการเลือกเอาตัวแบบที่สามารถนำไปให้ที่อื่นค้นหาพัฒนาได้บ้าง เช่น เรื่องนี้สุพรรณบุรีจะทำได้ไหม 3 น่าบ้าง ซึ่งยึดตัวแบบเอาไว้แต่วิธีการนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล เช่น น้ำ เป็นแบบทำให้นึกได้ว่า ควรเอาเอียงเอียงอย่างนี้ เพราะน้ำไปอยู่ที่ใด ก็ย่อมปรับตัวเข้ากับสภาพที่อยู่

4. กิจกรรมปฏิบัติการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การปฏิบัติกิจกรรมได้ให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ ด้วยคำถาม ที่ทุกคนช่วยมีส่วนร่วมช่วยกันอนุเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยข้อความสั้นๆ 1 ประโยคโดยไม่ต้องขยาดความ

คำถามข้อแรก เมื่อได้ยินคำว่า “เครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เป็นการประสานเครือข่ายระหว่างองค์กร และท้องถิ่น ผู้ร่วมสัมมนาแสดงความคิดเห็นที่มีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. เป็นความประทับใจและมิตรภาพ
2. เป็นสิ่งที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ต้องมีความต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา
3. เป็นการจูงมือเดินกันไปให้ได้ไกลกว่า
4. เป็นญาติพี่น้อง
5. เป็นการท่องเที่ยวแบบวิถีชุมชน
6. เป็นกลุ่มคนที่ทำเรื่องการท่องเที่ยว
7. เป็นการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน
8. ความเชื่อมโยงหรือความสัมพันธ์ที่ทำกันอย่างต่อเนื่อง
9. ช่วยเหลือต่อกันทั้งข้อมูลและการให้บริการ

วิเคราะห์ประเด็น ที่กล่าวมา เมื่อนำประเด็นที่สำคัญ มาเขียนเป็นคำนิยามของคำว่า “เครือข่ายการท่องเที่ยว” ดังนั้น เมื่อคิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องอันเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและชุมชน ซึ่งเป็นเรื่องราวฉนั้นจากสิ่งที่เป็นประเด็นสำคัญ โดยนำมาเรียงเป็นเรื่องราวทำให้ได้ประโยคใหม่ ซึ่งจะเห็นสิ่งที่ต้องพัฒนาหรือดำเนินการให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้นนิยามคำว่า “เครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” สามารถจะเขียนนิยามที่ได้จากประสบการณ์ และสามารถอธิบายได้ จากสิ่งที่ทำมาเกี่ยวกับคิดมาจากประสบการณ์ ที่เป็นการระเบิดจากข้างใน เพื่อความสบายใจของคนที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลที่ได้ในส่วนที่สำคัญ เช่น

1. การประสานองค์กรในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง
2. การสร้างความประทับใจ สร้างมิตรภาพกับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว

สรุปผล จาก 2 ข้อที่กล่าว จึงต้องมีการเชื่อมโยงทัศนคติและแนวคิดที่เหมือนกันเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรับรู้ร่วมกัน เมื่อทัศนคตินั้นเป็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องใส่ใจเพื่อให้รู้ในสิ่งที่เขาสนใจ และสิ่งแรกที่หายากไม่มี ย่อมมีความประทับใจ ตื่นตาตื่นใจ ฉะนั้น ทัศนคติของผู้รับบริการกับผู้ให้บริการต้องเชื่อมโยงกัน ดังนั้น ถ้าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถจูงมือด้วยใจ ไปได้ไกลกว่าตัวใครตัวมัน “การร่วมมือร่วมใจกันเป็นแรงบันดาลใจที่เสริมแรงจูงใจ แรงบันดาลใจที่มาจากข้างใน ส่วนแรงจูงใจจะมาจากข้างนอก คำว่า วิถี คือจริต “ Way of life” ในหลวงขอใช้คำว่า วิถี หรือ สมสมัย ไม่ได้สร้างสถานที่พักให้เป็นอย่างแข่งกริลล่า แต่ให้สะอาดเหมือนแข่งกริลล่า คือการเอาสิ่งที่ทันสมัยเข้ามาใส่ชีวิต จึงทำให้เห็นชัดเจนว่า พวกวิถีชุมชน ก็คือวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในชุมชน และเป็นตัวบอกรุ่นลูกหลานให้รู้ว่าปู่ย่าตาทวดเขามีความเป็นอยู่กันมาอย่างไร เวลาไปเที่ยวสถานที่ใหญ่ๆ จะเห็นพิพิธภัณฑ์ของบรรพชนที่มาโชว์เล็กๆ แต่มันสามารถเล่าเรื่องได้ชัดเจน ซึ่งใน

หลวงพระองค์ ใช้คำว่า สมสมัย คือการคิดแล้วนำมาปรับใช้ให้เข้ากับสมัย นี่คือวิถีชีวิตของชุมชน การจูงมือกันให้กำลังใจกันปีบมือกัน มันเหนียวแน่นยิ่งกว่าคำว่าจับมือกัน”

จากคำถามข้อแรกทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เข้าร่วมสัมมนาทำให้เกิดความเข้าใจคำว่าเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

คำถามข้อสอง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ผู้ร่วมสัมมนาแสดงความคิดเห็นดังนี้

1. การประสานงานของภาคส่วนที่มั่นคง
2. การเข้ามาพัฒนาขององค์กร
3. ฟังฟังอาศัยเครือข่ายซึ่งกันและกัน
4. การมีส่วนร่วมกิจกรรมในท้องถิ่น
5. พุดคุยและแลกเปลี่ยนความรู้เกิดการเรียนรู้
6. ความพร้อมของชุมชน
7. ความสามัคคี ความเข้มแข็งของชุมชน และความอดทน
8. ความจริงใจ
9. การมีส่วนร่วมของชุมชน
10. ผลประโยชน์ร่วม สำคัญที่สุด ถ้าไม่อย่างนั้นยอมไม่ลงตัว
11. สามารถจับต้องได้
12. จากประสบการณ์ของคนในชุมชนตัวเอง ที่ทำให้ประทับใจ
13. ทุกคนที่มาในวันนี้ยอมมองถึงผลประโยชน์ร่วมกันอยู่แล้วถ้าไม่มีคงไม่มากัน
14. ผลประโยชน์ร่วมบางครั้งก็ไม่ใช้เงิน แต่เป็นความพอใจก็ถือว่าเป็นการได้ประโยชน์แล้ว
15. ทำจากเล็กไปหาใหญ่ จากง่ายไปหายาก
16. บอกต่อกันปากต่อปาก

หมายเหตุ ก่อนเข้าไปในรายละเอียดนั้นในสำนวนทั้งหมดใครชอบสำนวนไหน.... “ความสามัคคีของชุมชน และเข้าใจในผลประโยชน์ร่วมคือ ทุกคนได้ประโยชน์ แต่มันอาจจะไม่เท่ากัน”

การวิเคราะห์ประเด็น ในงานวิจัยนี้ รศ.ดร.ธรรมรงค์ อุดมไพจิตรกุล อธิบายว่า “สิ่งที่ท่านต้องทำในตอนนี้เป็นมีประธานเครือข่าย แต่ทุกคนเป็นผู้นำและถ้าวันหนึ่งคิดถึงความเป็นมืออาชีพ คือการที่ต้องทำงานให้สำเร็จบนความไม่พร้อม มีความมุ่งมั่น แต่ต้องเสียสละและอดทนมาก ควรพิจารณาเพื่อการพัฒนาโดยแยกเป็น 2 กลุ่มดังนี้ กลุ่ม 1. สำนวนที่พูดมาทั้งหมดนี้อะไร ที่ทำเองได้ มีอยู่ในชุมชน คือจุดแข็ง (S) เป็นสิ่งที่ทำตัวเอง ส่วนกลุ่ม 2. สำนวนที่พูดมาทั้งหมดนี้อะไรที่ต้องอาศัยบุคคลภายนอก ต้องพึ่งพาส่วนนอก คือโอกาส (O) ที่จะเกิดหรือไม่เกิดก็ได้”

ตัวอย่าง ถ้าเริ่มต้นจากนักท่องเที่ยว S/O สิ่งที่เป็น S คือ ชุมชน ส่วน O คือ การประสานองค์กร การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เป็น โอกาส การมีส่วนร่วมกิจกรรมท้องถิ่น หรือการพุดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ผลการวิเคราะห์ S จุดแข็ง S1 ความพร้อมของชุมชน S2 ความสามัคคีเข้มแข็งของชุมชน S3 ชุมชนมีส่วนร่วม S4 ความจริงใจ S5 การมีส่วนร่วมของชุมชน S6 การเสียสละ

ผลการวิเคราะห์ O โอกาส O1 การประสานองค์กร O2 การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันเป็น O3 การมีส่วนร่วมกิจกรรมท้องถิ่น O4 ผลประโยชน์ร่วม

สรุปผล สิ่งที่กำหนดถ้าพิจารณาจุดแข็งและโอกาส จะมีเรื่องที่ตรงกันหรือเรื่องที่ไม่ไปด้วยกันได้ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น เมื่อพิจารณาจุดแข็งและโอกาสที่ทำได้ด้วยตัวเองหรือแสวงหาโอกาสหรือโอกาสเปิดรับจากภายนอก นั่นคือเรื่องที่ต้องอาศัยคนอื่นหรือตนเอง จึงทำการแบ่งกลุ่มเป็น 5 กลุ่ม เพื่อทำกิจกรรมร่วมกันในการช่วยคิดพิจารณาว่าสามารถจะทำอะไรได้ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือต้องทำอะไร อย่างไร โดยให้แต่ละกลุ่มนำเสนอให้เกิดการแลกเปลี่ยนกัน การนำเสนอ ดังนี้

กลุ่ม 1 อธิบายว่า “ข้อมูลของแต่ละคนคือแหล่งท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้ ต้องมีผลประโยชน์และความพึงพอใจร่วมกัน มีความพร้อมของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว พุดคุยและแลกเปลี่ยนรับรู้ และเรียนรู้ สามัคคีเข้มแข็ง ด้านการเสียสละ ด้านการทำงาน มีความจริงใจต่อกันของแต่ละชุมชน จนกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว 1) มีความพร้อม 2) มีความปลอดภัย 3) มีความสะดวก 4) แบบแผนในการเยี่ยมชมเพราะแต่ละชุมชนต้องมีแบบแผนว่านักท่องเที่ยวมาที่นี่จะต้องทำอย่างไร เพื่อนำเสนอแต่ละชุมชน” สิ่งที่กลุ่มเขียนนำเสนอพัฒนาดังภาพที่ 4.3

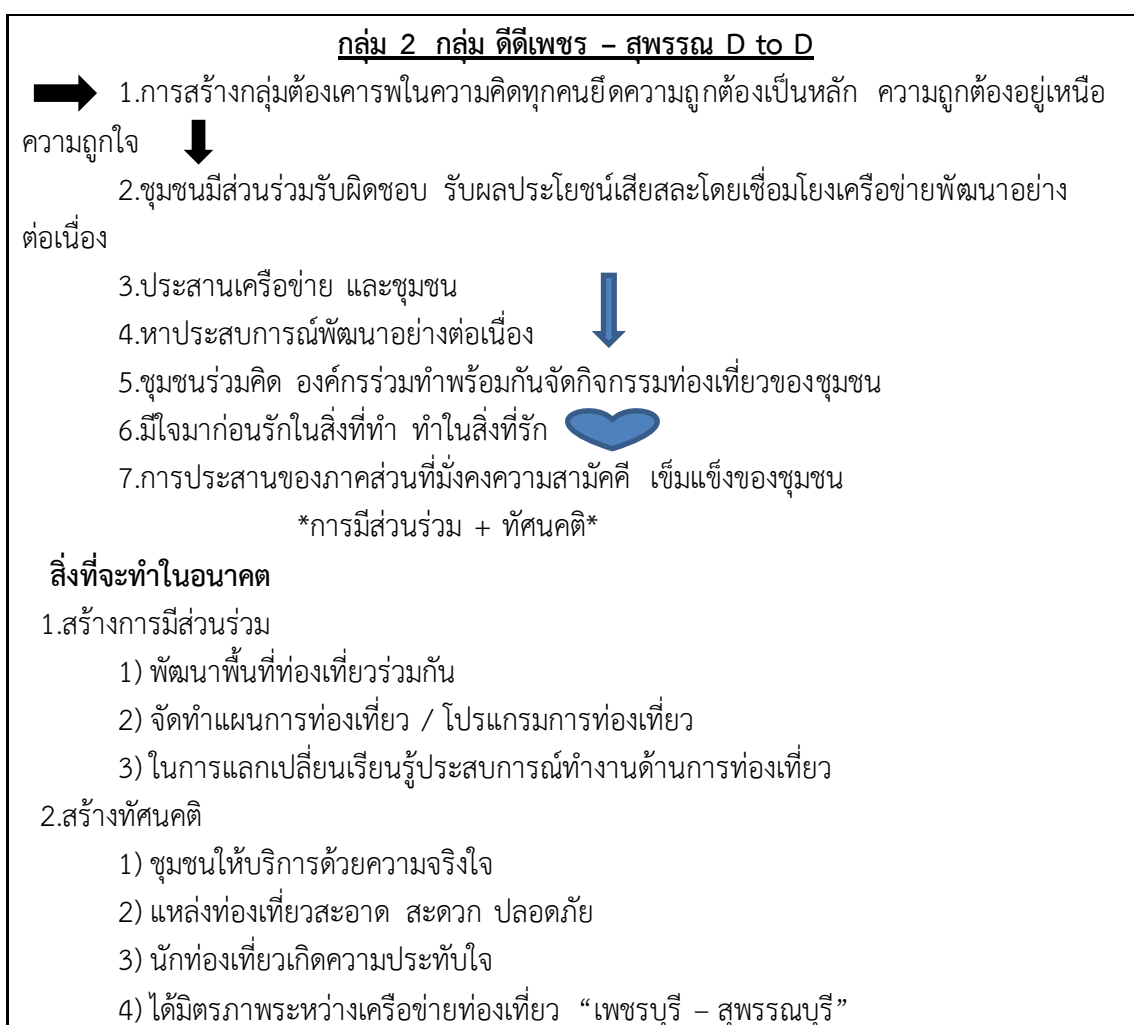
กลุ่ม 1	
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีเครือข่าย	
2. คน → พัฒนาคน → ให้มีความเข้าใจคิดดี ทำดี	
1. แหล่งท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้	
2. ต้องมีผลประโยชน์ และความพึงพอใจร่วมกัน	
3. ความพร้อมของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว	
*4. คน ผลประโยชน์ร่วม	
*5. ความพร้อมของคน และชุมชน	
6. พุดคุยแลกเปลี่ยน รับรู้ และเรียนรู้ ความสามัคคีเข้มแข็งของชุมชน	
7. ด้านการทำงาน → เสียสละ, มีความจริงใจต่อกัน	
② แหล่งท่องเที่ยว	① คน / <u>ชุมชน</u>
-แหล่งท่องเที่ยวต้องตอบโจทย์อัตลักษณ์	คู่มือ 5
-เป็นของตนเอง	คู่มือ 6
	คู่มือ 7
1. แหล่งท่องเที่ยวมีเครือข่าย	2. คน (พัฒนาคน) เข้าใจมีทัศนคติที่ดี คิดได้ทำได้

ภาพที่ 4.3 ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่ม 1

สรุปจากภาพที่ 4.3 การนำเสนอจะเห็นได้ว่า ข้อ 6-7 นี้มาจากเรื่อง จุดแข็งและโอกาส หรือ สิ่งที่จะต้องทำ พอพิจารณาดูสิ่งที่จะทำในอนาคต ซึ่งก็สามารถไปด้วยกันได้ เพราะฉะนั้นสามารถจัดให้เหลือหัวข้อใหม่ 2 หัวข้อคือ 1) แหล่งท่องเที่ยว ทำอย่างไรให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการความยั่งยืน และต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเครือข่าย 2) คน ต้องมีการพัฒนาคน จะทำได้อย่างไร ฉะนั้นจากกลุ่มที่ 1 ถ้าจะสร้างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคตต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาคน ซึ่ง คน คือหัวใจสำคัญ แต่ละคนๆ นั้นต้องเป็นคนที่มีความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อการ

ท่องเที่ยว ซึ่งถ้าคนมีความสามารถก็ต้องทำแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่ถ้าคนพูดไม่เป็นก็ไม่สำเร็จ รวมถึงถ้าแผนงาน สิ่งที่จะต้องทำในอนาคตไม่ชัดเจนก็ยากที่จะสำเร็จ

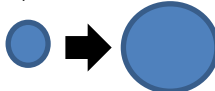

กลุ่มที่ 2 กลุ่มประชากรธรรม อธิบายว่า “การทำแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสิ่งสำคัญคือ 1. การมีส่วนร่วม 2. การสร้างทัศนคติ หลักๆ 2 ข้อมีรายละเอียดดังนี้ ข้อ 1. เมื่อพูดถึงการมีส่วนร่วมเดี๋ยวนี้ ศาสตร์ทุกศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกับคนนี่มักจะพูดถึงเรื่องการมีส่วนร่วม เป็นเรื่องที่ไม่สามารถทำคนเดียวได้และไม่โปร่งใส การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องที่สำคัญโดยเฉพาะเครือข่ายพอมานั่งคุยกันแล้วต้องกลับไปทำของใครของมันแต่มีนโยบายเหมือนกันว่าจะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว แล้วก็ขายสิ่งที่คุณทำได้ดี ในวงการต่างๆ นี้เขาตั้งกลุ่มขึ้นมาคือกลุ่มคนที่มีอาชีพเดียวกันมานั่งคุยกัน เพื่อกำหนดทิศทางไปในทางเดียวกัน ต่อมาข้อที่ 2 ทัศนคติ ครบคนอย่างไรก็จะเป็นคนเช่นนั้น ส่วนเรื่องที่ใหญ่ที่สุดอย่างเศรษฐกิจพอเพียงมันระเบิดออกมาจากหัวใจ จึงเห็นได้ว่าทัศนคตินั้นเป็นเรื่องใหญ่ถ้าไม่เชื่อใจกันจะเป็นพวกกันได้อย่างไร” สิ่งที่กลุ่มเขียนนำเสนอพัฒนาดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่ม 2

กลุ่มที่ 3 กลุ่มเพชรสุพรรณ อธิบายว่า “การทำแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องมีการสร้าง การมีส่วนร่วม พัฒนาด้วยกัน 3 ด้านคือ 1) จะพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน 2) จะจัดทำแผนการ ท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกัน 3) จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานด้านการ ท่องเที่ยวร่วมกัน และทางด้านทัศนคติ 1) ชุมชนต้องให้การบริการด้วยความจริงใจ 2) พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวร่วมกัน 3) เมื่อนักท่องเที่ยวมาแล้วจะต้องเกิดความประทับใจ และ 4) จะได้มีรูปภาพ ระหว่างเพชรบุรีและสุพรรณบุรี” สิ่งที่กลุ่มเขียนนำเสนอพัฒนาดังภาพที่ 4.5

กลุ่ม 3

1. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ผ่านการพูดคุยแลกเปลี่ยนมีความจริงใจ และ เสียสละ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน
2. ชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาองค์กร มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และทุกคนต้องมีความจริงใจ และ เสียสละ
3. ประสานเครือข่ายร่วมมือช่วยกันคิดช่วยกันทำจากเล็กไปหาใหญ่ 
4. ต้องประสานเชื่อมโยงเครือข่ายอย่างจริงใจ เปรียบเสมือนครอบครัวเดียวกัน มีความพร้อมต้อนรับ นักท่องเที่ยว – เข้าใจเหมือนเราเป็นลูกค้า
5. การบริการอย่างมีคุณภาพ ซื่อสัตย์จริงใจต่อเครือข่าย และนักท่องเที่ยว
 - แลกเปลี่ยนข้อมูลทำเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างเมือง เพชร – สุพรรณบุรี
 - การแนะนำนักท่องเที่ยวในเครือข่าย
 - การทำ MOU ระหว่างกลุ่มเครือข่าย 
6. ร่วมมือกับเครือข่าย และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้ชุมชนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เสียสละ อดทนและจริงใจต่อกัน
7. ชุมชนต้องมีความสามัคคี ทำให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชนที่เข้มแข็ง และสร้างเครือข่ายซึ่งกันและกัน ต้องมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนรับรู้ และเรียนรู้ซึ่งกัน และกัน / การบริการ-ต้อนรับ-และเป็นเจ้าบ้านที่ดี สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน
8. ลมย่อมเลือกทางพัดได้เอง ได้ประสบการณ์ได้ทักษะการมีส่วนร่วมกิจกรรมในท้องถิ่น และ มิตรภาพที่ดี

ภาพที่ 4.5 ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่ม 3

สรุปจากภาพที่ 4.4 และ 4.5 การนำเสนอ จากกลุ่ม 2 และ 3 สิ่งที่ต้องทำในอนาคต นั้น เหมือนกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด จะมีความแตกต่าง ฉะนั้นถ้าเอาความต่างของทั้งสองกลุ่ม มาร่วมกัน สิ่งนี้อธิบายการมีส่วนร่วมมีมาก สิ่งสร้างด้านทัศนคติสามารถอธิบายได้มากยิ่งขึ้น


กลุ่มที่ 4 กลุ่มสุพรรณเพชรบุรี อธิบายว่า “การระดมสมองได้ข้อมูลทั้งหมด 8 หัวข้อ คือ คิดลงมือทำอย่างจริงใจ ช่วยกันพัฒนาให้ไปทางเดียวกัน สร้างกฎให้คนปฏิบัติไปในทางเดียวกัน การมี ส่วนร่วมของชุมชนทำให้เกิดความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน พูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พัฒนาตนเองและ องค์กรอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทัศนคติและแนวคิดเดียวกันให้มีส่วนร่วมกิจกรรมอย่างยั่งยืน จัด

กิจกรรมและส่งเสริมกิจกรรมในท้องถิ่น และไว้วางใจกันเรียนรู้ซึ่งกันและกัน จาก 8 หัวข้อ สรุปออกมาได้ว่าเป็นหัวข้อของการมีส่วนร่วม ในการมีส่วนร่วมมีอะไรบ้าง ก็คือ มีส่วนร่วมในการร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมกันทำ ร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฟังพาท้ายซึ่งกันและกัน ปฏิบัติตามกฎระเบียบเพื่อให้คนในชุมชนปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน” สิ่งที่กลุ่มเขียนนำเสนอพัฒนาดังภาพที่ 4.6

กลุ่ม 4

1. คิดแล้วทำ ลงมือทำ และทำอย่างจริงจัง
2. ช่วยกันคิด พัฒนาให้ไปในทางเดียวกัน
3. สร้างกฎระเบียบเพื่อให้ทุกคนปฏิบัติให้ไปในทางเดียวกัน
4. การมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้มีการฟังพาท้ายซึ่งกัน และกัน
5. พุดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้พัฒนาตนเอง และองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
6. ทักษะคิด และแนวคิดเดียวกัน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมกิจกรรมในท้องถิ่นที่ยั่งยืน
7. จัดกิจกรรม และส่งเสริมกิจกรรมในท้องถิ่น
8. ไว้วางใจกัน เรียนรู้ซึ่งกันละกันไปพร้อมกัน

สรุป รวมทั้ง 8 ข้อคือ การมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบด้วย ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และฟังพาท้ายกัน ตามกฎระเบียบเพื่อให้ชุมชนได้ปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

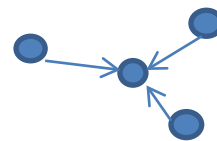


ภาพที่ 4.6 ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่ม 4

สรุปจากภาพที่ 4.6 การนำเสนอกลุ่มนี้มีความต่างกันเป็นแนวปฏิบัติ ที่สามารถแยกกฎระเบียบออกมา เป็นข้อเพราะแต่ละพื้นที่มีกฎระเบียบต่างกัน เมื่อมารวมกันจะมีกฎระเบียบว่าเป็นอย่างไร

กลุ่มที่ 5 อธิบายว่า “ทางกลุ่มมีบทสรุป เรียบง่าย 2 ส่วน คือ เรื่องของการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดเครือข่ายและกันนักท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ประชาสัมพันธ์บอกต่อๆ กันไป การประสานงานของภาคส่วน มีความมั่นคง เสียสละ และจริงจังต่อกัน และเป็นการร่วมงานกันระหว่างเครือข่ายกับชุมชน คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมมือกับเครือข่าย มีการแลกเปลี่ยนและพัฒนาเพื่อปรับเปลี่ยนและนำไปใช้ต่อไป การฟังพาท้ายจะนำไปสู่ผลประโยชน์ร่วมกัน การพูดคุยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เป็นการนำมาใช้เป็นเครื่องปรับเปลี่ยนจึงมาสู่คำว่า “ท่องเที่ยว ฟังพาท้าย พัฒนา” สิ่งที่กลุ่มเขียนนำเสนอพัฒนาดังภาพที่ 4.7

กลุ่มที่ 5 ท่องเที่ยว - พึ่งพา - พัฒนา - แลกเปลี่ยน



ปัจจัยที่ทำให้เกิดเครือข่าย

- ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว องค์กรเครือข่าย นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมีความพร้อม และเรียนรู้ร่วมกัน
- การท่องเที่ยวต้องมีการประสานระหว่างเครือข่าย และนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกัน
- ทำให้นักท่องเที่ยว เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ หรือบอกต่อกันไป
- การประสานของภาคส่วน มีความมั่นคง เสียสละ และจริงใจต่อกัน
- คนในชุมชนมีส่วนร่วม มีการร่วมมือกับเครือข่าย นำไปแลกเปลี่ยน และพัฒนา
- การพึ่งพา ช่วยคิดช่วยทำนำไปสู่ผลประโยชน์ร่วมกัน
- การพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เชื่อมโยงซึ่งกัน และกัน

ภาพที่ 4.7 ผลงานกิจกรรมการระดมความคิดเห็น กลุ่ม 5

สรุปจากภาพที่ 4.7 การนำเสนอมีหลักการที่ต้องทำ สิ่งที่ต้องขยายไปเชื่อมโยงกับกลุ่มอื่นๆ ที่ผ่านมา ซึ่งการท่องเที่ยวต้องการพึ่งพา พัฒนาแล้วก็แลกเปลี่ยน อันนี้เป็นเป้าหมายหลักที่ต้องทำให้เกิดขึ้นมาให้ได้ การที่จะทำให้เกิดพึ่งพา พัฒนา และแลกเปลี่ยน นั้นจะต้องทำ 5 เรื่องดังต่อไปนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยว 2) สร้างคน 3) การมีส่วนร่วม 4) การมีทัศนคติ 5) การประสานเชื่อมโยง จะเห็นได้ว่าจะทำให้การท่องเที่ยวยั่งยืนได้

“สิ่งที่คิดวันนี้เรียกว่าแผน คิดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย ที่นี้สิ่งที่ต้องทำในอนาคต เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย จากที่มีอยู่ 5 กลุ่มใหญ่ นั่นก็คือสิ่งที่ซึ่งต้องไปคิดต่อ เมื่อต่างคนต่างคิดแล้วนำสิ่งที่คิดมานั่งดูกันจะเกิดแผนเดียวกัน”

ที่กล่าวมาทั้ง 5 กลุ่ม เป็นสิ่งที่ต้องนำมาสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

5. การเสวนาร่วมแสดงความคิดเห็นถึงแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สิ่งที่ต้องทำเพื่อให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องมีการประสานงาน มีความเชื่อมโยง มีความจริงใจต่อกัน มีความเสียสละ มีความร่วมมือช่วยกันคิดช่วยกันทำ และบอกต่อปากต่อปาก ถือเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงต้องรู้จักจุดแข็งคือความเก่งด้วย เช่น จุดแข็งของบ้านสวนแผ่นดินแม่ที่ผู้นำสามารถอธิบายรายละเอียดของสถานที่ได้สอดคล้องกับวัฒนธรรมสายน้ำอย่างชัดเจน แต่จุดแข็งก็ไม่ใช่จุดแข็งตลอดสัปดาห์ก็อาจมาเป็นจุดอ่อน แต่จะทำอย่างไรให้มันเป็นจุดแข็งตลอด มีการเปลี่ยนแปลงของสังคมสิ่งแวดล้อม จะต้องทำปรับตัวอย่างไร แต่ยังเป็นอัตลักษณ์อยู่จริงๆ ซึ่งต้องเก่งในอัตลักษณ์ เป็นหลักสำคัญ การทำงานบางครั้งอาจเป็นกิจเฉพาะหน้าที่หรือเรียกว่าผักชีโรยหน้า ซึ่ง

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องเข้าใจว่าสิ่งที่ทำเป้าหมายคืออะไร จะต้องทำอะไร หลังจากนั้นต้องทำอะไร เช่น สิ่งไหนที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการมาท่องเที่ยว ถึงแม้แต่แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้จัดกิจกรรม และช่วงมีกิจกรรมสิ่งไหนที่นักท่องเที่ยวจะได้รับคืออะไร ไม่ต้องกลัวว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมาไม่ได้เห็นอย่างที่เราประชาสัมพันธ์จะเป็นปัญหาต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเรื่องนี้แหล่งท่องเที่ยวต้องทำหรือสื่อสารให้ชัดเจน แต่ถ้าพูดถึงเรื่องโอกาสว่าเป็นความโชคดี เช่น วันนี้คุณไปนำเสนอโครงให้ ททท. หรือการท่องเที่ยวและกีฬา ถ้าคุณโชคดีก็ได้รับการสนับสนุน ถ้าไม่โชคดีคุณก็ไม่ได้รับการสนับสนุน คุณก็ต้องพิจารณาเชิงบวกว่าทำไมไม่ได้รับการสนับสนุนเป็นเพราะอะไร อาจจะเป็นด้วยเรื่องของเวลา เช่น โครงการไม่สอดคล้องกับหน่วยงานที่ไปขอ ช่วงปิดงบประมาณ เป็นต้น

การกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน จากการระดมสมองการสัมมนาที่ใช้จุดแข็งบนโอกาส ทำให้ได้แผนงานคือ เรื่องการมีส่วนร่วม การพัฒนาทัศนคติเชิงบวก ทัศนคติ และการมีส่วนร่วม อันจะนำไปสู่การสร้างเครือข่าย ซึ่งกิจกรรมที่ทำการบรรลุแผนนี้มีความคิดเห็นประกอบด้วย

1. จัดอบรมในกลุ่มเครือข่าย
2. การจัดโครงการเยี่ยมเยือนเครือข่ายเพื่อสัมผัสพื้นที่จริง

3. องค์กรแต่ละจังหวัด ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือวางโปรแกรมทัวร์ของตัวเอง แต่ละพื้นที่มีเครือข่ายอะไรบ้าง ที่สามารถจัดโปรแกรมจริงๆ และควรแลกเปลี่ยนไปเที่ยวกัน เพื่อศึกษาว่าแต่ละแหล่งมีจุดบกพร่องตรงไหนบ้าง คืออย่างไร ไม่ดีตรงไหน เพื่ออุดช่องว่างกันและกัน รวมถึงเป็นการให้แต่ละส่วนรู้จักกันมากขึ้น เช่น การลงพื้นที่จริง ในกิจกรรมด้านา ดูควาย ทอผ้า กิจกรรมที่ตัวผู้ประกอบการเอง ได้สัมผัสความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่แท้จริง เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน

“การจัดอบรมคือการพัฒนาบุคลากร ซึ่งในแต่ละพื้นที่สามารถทำเองได้ แต่หากจะไปพึ่งในส่วนอื่น ณ ปัจจุบันนี้ งบประมาณในการจัดอบรมบุคลากรนั้นแทบจะไม่มี อย่างเช่น สร้างเครือข่ายไปแล้ว ตัวอย่างของอุทองหรือเพชรบุรี ส่วนไหนก็ได้ถ้าจะมีการพัฒนาบุคลากรนั้นหน่วยงานที่สามารถจะเข้ามาช่วยได้ก็คือ สถาบันการศึกษาอย่างมหาวิทยาลัยราชภัฏ ซึ่งมีบุคลากรสามารถเชิญมาเป็นวิทยากร แนะนำไปสู่ความสำเร็จ และปัจจุบันทุกคนใช้มือถือ ถ้าได้มีการแนะนำการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียล มีเดียก็น่าจะดี ซึ่งมหาวิทยาลัยน่าจะช่วยได้ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ที่มีนโยบาย 1 คณะ 1 อำเภอ”

“สิ่งสำคัญ ชุมชนเองต้องคิดว่าจะให้ใครมาเที่ยว คนไทยที่มาเที่ยวแบบครอบครัวหรือบริษัททัวร์ เพราะถ้าเป็นบริษัททัวร์ส่วนใหญ่จะไม่มา เพราะถ้าไม่ได้ประโยชน์ หรือไปแล้วขาดทุนไปแล้วไม่ได้กำไร ถ้าไม่มีคอนเนคชั่นกัน ไม่มีค่าคอมมิชชั่นก็ไม่ได้ไปอยู่แล้ว แต่ถ้ามีดีที่นักท่องเที่ยวต้องมาตรงนี้ถ้าไม่มาไม่ได้ บริษัททัวร์อาจจะไป แต่ถ้ามาเที่ยวแบบครอบครัวขอให้มันดีสักนิดเดียว ยิ่งนักท่องเที่ยวก็เสาะแสวงหาไปหาจนได้ แต่ถ้าพูดถึงเรื่องธุรกิจท่องเที่ยวหรือการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถ้ารวมตัวกันใช้ความสัมพันธ์ให้เป็นประโยชน์แล้วว่าการใช้หน่วยงานของรัฐอันไหนที่สามารถนำเสนอหน่วยงานไปจะได้เป้าหมายผลลัพธ์ และทำอย่างไรให้บริษัททัวร์มาแล้วมีผลตอบแทนที่เหมาะสม ภายใต้ผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่แผนที่ต้องทำ ถ้าทำในระบบของท่องเที่ยวในหน่วยงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง ดูแลวัฒนธรรมเป็นอย่างดี หน่วยงานที่ต้องเข้ามาคือการท่องเที่ยวและกีฬา ต้องเข้ามาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบ เมื่อ

พร้อมที่จะรับนักท่องเที่ยวแล้ว ททท. จะทำประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน้าที่ของการท่องเที่ยว แต่เมื่อทำประชาสัมพันธ์ไปแล้ว พัฒนาพร้อมแล้วที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวที่จะเข้าแล้วปรับ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องผ่านแผนมาแล้ว”

“เมื่อพูดถึงการสื่อสาร LINE กลุ่มกิจกรรมที่บรรลุแผนก็ควรใช้เครื่องมือสื่อสารให้เป็นประโยชน์ ใครมีอะไรน่าสนใจก็แชร์บอกกันได้ LINE กลุ่ม หรือ เฟสกลุ่ม แชร์ข่าวสารเป็นระยะๆ โดยเลือกส่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์”

กิจกรรมเสวนา

การเสวนาทางวิชาการจากส่วนงานราชการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจากสถาบันการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจากจังหวัดสุพรรณบุรี เพชรบุรี ดังนี้

1. นายสันติ อรรถวัลย์ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเพชรบุรี
2. นายอัศวิน เทพาสีทธิ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพชรบุรี
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญส่ง รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
4. ผู้แทนเครือข่ายจากจังหวัดเพชรบุรี คุณอุดมเดช เกศเกล้า
5. ผู้แทนเครือข่ายจากจังหวัดสุพรรณบุรี คุณโสภณ พันธุ์

แนวคิดหรือมุมมองในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อเป็นมุมมองแนวทางนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

นายสันติ อรรถวัลย์ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเพชรบุรี กล่าวว่า

“เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องมีเป้าหมายของความสำเร็จอย่างไม่แน่นอน ไม่มีความผิดหรือถูก มีแค่ใช่หรือไม่ใช่ ถ้าไม่ใช่ก็เปลี่ยนผ่านไปเลย เขาบอกว่าถ้ากรุงโรมมีแนวคิดนี้เราก็จะเห็นชาวกรุงโรมทั่วไปในปัจจุบัน ความยั่งยืนคืออะไร เป้าหมายที่ยั่งยืน กระบวนการที่ยั่งยืน คนทำที่ยั่งยืน ยั่งยืน 1 ปี 5 ปี 10 ปี หรือเป็นอนันต์ หรือค้ำๆ นี่เป็นสร้อยคำ เพื่อให้สิ่งกล่าวมาดูดี”

“การท่องเที่ยวที่จะพูดต่อไปนี้ ก็พูดถึงนโยบายของรัฐบาลเลยไม่ว่าชุมชนใดก็ตามที่คิดจะพัฒนาการท่องเที่ยวนี้ จะต้องประเมินว่าไปได้ไหม ท่าน ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ ถามคุณว่าถ้าคุณไปญี่ปุ่นคุณนึกถึงสถานที่ใดที่แรก ทุกคนนึกถึงภูเขาไฟฟูจิ ไม่มีใครเคยนึกถึงเมืองที่อิคคิวซัง เณรน้อยเจ้าปัญญา ที่เมืองไทยทุกคนรู้จัก อิคคิวซังกัน รู้จักวัดอังโตะคุจิก็รู้จักแต่ไม่เคยมีใครคิดจะไป ฉะนั้นถ้าจะพัฒนาบ้านในเพชรบุรีนี้ก็ต้องคิดก่อนว่ามีดีอะไร ในพื้นที่นี้อย่าคิดว่าจะขายอะไร ให้คิดว่าคนที่เข้ามาเขาจะซื้ออะไร ซึ่งต้องระเบิดจากภายใน และการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชนจะมีข้อกำหนดอยู่แล้ว ถ้าพิจารณาหลักวิชาการ คือการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้ต้องเป็นการพัฒนาชุมชน 1)ชุมชนต้องเป็นเจ้าของ จะให้คนอื่นมาขึ้นไม่ได้ต้องได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและมีอำนาจในการตัดสินใจร่วมกัน 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจ 4)ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงความเป็นเอกลักษณ์ในภูมิปัญญาท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมกับคนในชุมชน 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะของชุมชน ตัวอย่าง ตลาดนัดบางน้อยที่สร้างมาไม่ถึง 10 ปีนี้ ตอนที่เข้าไปพัฒนา หลวงพ่อถามใครเขาจะซื้อเก้าอี้หินปูนตัวละ 700 บาท ถวายวัดให้คนมาวัดได้นั่งกินกล้วยจิ้มริมน้ำแม่กลอง ให้เขามากินข้าว ต้อง

สนับสนุนให้ชาวบ้านรวมกันจะได้มีความยั่งยืน อย่างเช่น ตลาดน้ำอัมพวา ต่อไปอาจจะไม่ยั่งยืน เพราะสินค้าที่เข้ามา มันมาจากที่อื่น อะไรก็ตามที่เห็นเป็นจุดขายปล่อยไว้ อย่าไปทำลาย หน้าที่คือทำอย่างไร ก็ได้ให้คนเข้ามาท่องเที่ยวจับจ่ายใช้เงิน ดังนั้นการท่องเที่ยวในชุมชนต้องคิดอย่างเดียวว่าจะไปในทิศทางไหน แล้วช่วยกันตัดสินใจ อย่าตัดสินใจคนเดียว”

สรุป เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และไม่ทำลายจุดขาย ชุมชนเกิดการรวมกันช่วยกันคิดตัดสินใจ(โดยระเบิดจากข้างใน) เข้าใจนโยบายของรัฐ กฎระเบียบ

นายอัครวิทย์ เทพาลิทธิ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จังหวัดเพชรบุรีกล่าวว่า

“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมช่วยคิด ให้สร้างแรงบันดาลใจ เสนอแนะเครื่องมือให้เข้ามาร่วมมือกันทำ อันดับแรกที่ชุมชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการทำการท่องเที่ยว ต้องดูที่ผลประโยชน์ร่วมกัน เรื่องของการมีความร่วมมือกัน โดยเฉพาะหัวหน้าผู้นำชุมชนที่จะเข้ามามีบทบาท จากที่ผมพิจารณาในที่นี้ผมคิดว่า 90 เปอร์เซ็นต์ นั้นแม้ว่าภาครัฐไม่สนับสนุนก็สามารถทำได้ เพราะมีจุดยืน มีสำนึกรักในอาชีพ ในบ้านเกิดหรือในศิลปะที่ตัวเองมีบทบาทอยู่ มีความรับผิดชอบในสายเลือด”

“ส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็มีปัญหาเหมือนกับหน่วยงานอื่นๆ ทุกท่าน ได้เห็นรัฐบาลที่ผ่านมาด้วยกัน ออกมาชูตัวชี้วัดการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นเสาหลัก แทนเรื่องส่งออก แต่ความเป็นจริงในรายละเอียดเรื่องนโยบายเรื่องงบประมาณแผ่นดินนี้ ยังถูกตัดไม่ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งนี้จริงจัง ซึ่งมีผลว่าทำไมไม่เข้ามาช่วยอย่างจริงจัง และที่สำคัญคือมีตัวชี้วัดที่เข้มแข็งมาก แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ยังคงดำเนินต่อไป ในส่วนของ ททท. นี้ถ้าชุมชนใดเห็นว่าชุมชนตัวเองเข้มแข็งมากพอ ไม่มีการทะเลาะกัน ทางททท. ยินดีช่วยเป็นกระบอกเสียงประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ แต่การประชาสัมพันธ์ บางอย่างทำมาแล้วก็ไม่สามารถจะประชาสัมพันธ์ได้ ก็จะไปช่วยในทางอื่น ที่มีปัญหาในการติดต่อสื่อสารกัน การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ จะทำให้เกิดผลลัพธ์ดีกว่า”

ตัวอย่าง สถานที่ท่องเที่ยวทาง ททท. เองได้ร่วมมือกับชุมชน และนักอนุรักษ์ต่างๆ เพื่อให้เขาเด่นเป็นจุดท่องเที่ยวสำหรับท้องถิ่น ให้เป็นจุดท่องเที่ยวที่สำคัญอีกจุดหนึ่งในอนาคต ได้ทำกิจกรรมซึ่งเป็นกิจกรรมนำร่องเพื่อที่จะเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกของคนในพื้นที่รวมถึงคนไทยในหลายๆ พื้นที่ คือโครงการ 84 ฝายถาวรของศรีราชินี เป็นเทรนในการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาทำความดีแล้วก็ไปเที่ยวที่อื่นต่อ ททท. ได้ดำเนินการไปแล้ว ซึ่งในพื้นที่เริ่มมีความเหนียวแน่นกันมากขึ้น ภายใน 3 เดือนที่ผ่านมานั้น เพื่อนำร่องการตลาดเพื่อสังคม (CSR) ซึ่งนักท่องเที่ยวหลายพันคนที่เข้าไปอย่างต่อเนื่อง มีการจองเข้ามาอย่างต่อเนื่อง”

“แนวโน้มการท่องเที่ยวภายใต้ร่มใหญ่ ททท. ยังสนับสนุน ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์อย่างลึกซึ้ง ไม่ใช่แค่เข้าไปเที่ยวอย่างเดียวแต่ให้ลงมือทำ เช่น ดำนา ทำขนม แกะสลัก ทุกอย่างที่เป็นวิถีชีวิตของที่มีคุณค่า มีการปรับปรุงมีการตรวจช่วยกันแก้ไข แล้วก็ประชาสัมพันธ์กันออกไป ส่วนในตลาด ต่างประเทศก็ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วมาสัมผัสชีวิตของคนในชุมชนมากยิ่งขึ้น เข้ามามีส่วนร่วมในการทำความดีของคนในชุมชนมากยิ่งขึ้น”

สรุป แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากที่กล่าวมาเรื่องสำคัญคือ เรื่องหัวหน้าหรือผู้นำ ที่ต้องมีจุดยืนในการสำนึกรัก อาชีพ รักบ้านเกิด รักศิลปะท้องถิ่นและความรับผิดชอบในหน้าที่ของทุกภาคส่วน ทั้งรัฐ เอกชน และสังคม แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการทำความคิด กระตุ้นจิตสำนึกความเป็นคนไทย ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม มีผลประโยชน์ร่วม นโยบายรัฐ งบประมาณแผ่นดินหรืองบประมาณสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนต้องเข้าใจถึงระบบ และการสื่อสาร

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญส่ง รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี กล่าวว่า

“มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ในส่วนพันธกิจของมหาวิทยาลัยมีอยู่ 4 พันธกิจ คือ ผลิตบัณฑิต วิจัย ทางด้านบริการวิชาการ เพิ่มพูนศิลปวัฒนธรรม ซึ่งใน 4 พันธกิจนี้ จะเน้นเชิงพื้นที่เป็นหลัก ซึ่งจะเป็นโอกาสของท่านและเป็นโอกาสของมหาวิทยาลัยเช่นกัน ซึ่งท่านอาจใช้มหาวิทยาลัยเป็นโอกาสและมหาวิทยาลัยก็จะเอาพื้นที่นั้นเป็นแหล่งเรียนรู้ เพื่อเป็นแหล่งผลิตบัณฑิต ที่ให้นักศึกษาลงพื้นที่ เช่นเดียวกัน ในขณะเดียวกันงานวิจัยนี้หรืองานวิจัยใหม่ที่ลงเชิงพื้นที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นที่ไหนก็สามารถนำมาเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีได้ เพื่อจะได้ทำงานร่วมกันทำให้เกิดเครือข่ายร่วมกัน ส่วนด้านบริการวิชาการมหาวิทยาลัย มีลักษณะของการทำงานการบูรณาการวิจัยแล้วต้องค้ำความรู้ไปบริการวิชาการ หรือในเรื่องของอาชีพของคนในชุมชน โดยปกติคนมาเที่ยวทุกประเภทรวมถึงทางประวัติศาสตร์ ค้นพบว่าคนต้องการรู้รากเหง้า และอยากรู้ว่าพื้นที่ใกล้เคียงนี้เป็นอย่างไร รู้ตั้งแต่รากเหง้ารู้ตั้งแต่ความเป็นมา รู้ตั้งแต่ว่าทำไมที่นี่จึงประกอบอาชีพนี้ ผู้ทำมีวัตถุประสงค์อะไร เรื่องนี้เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ที่ในจังหวัดเพชรบุรีเองมีทั้งหมด 9 ชาติพันธุ์ ในปีนี้ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในงานผลิตบัณฑิต งานวิจัย ทางด้านบริการวิชาการ เพิ่มพูนศิลปวัฒนธรรม ได้นำมาบูรณาการและจัดกิจกรรมเชิงชาติพันธุ์ในช่วงปลายปี โดยเชิญประเทศต่างๆ ในอาเซียนเข้าร่วมงาน จึงใช้โอกาสครั้งนี้ในภาคชุมชนหมู่บ้านสามารถทำงานร่วมกับมหาวิทยาลัยได้”

“โอกาสจากมหาวิทยาลัยมีทุกเรื่อง และงบประมาณมีให้ทุกปี และจัดสรรในแต่ละพื้นที่เป็นหลัก เป็นพื้นที่ที่เป็นเป้าหมายในการพูดคุยในเชิงของการพัฒนาอย่างยกระดับ คือไม่ใช่ทำอะไรอย่างซ้ำๆ เดิมๆ ทำอะไรต้องดีขึ้นก็จะมี การพูดคุยโดยที่มหาวิทยาลัยจะแบ่งเป็นพื้นที่ออกเป็นส่วนรับผิดชอบของคณะต่างๆ แต่ละคณะต่างๆ ทำหน้าที่ประสานในมหาวิทยาลัยมีคณะมากมาย เพราะฉะนั้นแค่มีหน้าที่ประสานว่าชุมชนนี้ต้องการยกระดับในเรื่องอะไร ปกติเป้าหมายของมหาวิทยาลัยมีอยู่ 2 เรื่องหากเป็นเรื่องชุมชนจะยกระดับเรื่องคุณภาพชีวิต หากเป็นเรื่องทางการศึกษาต้องการยกระดับคุณภาพการศึกษานั้นคือเป้าหมายสุดท้าย”

สรุป แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยถือเป็นโอกาสของชุมชนท้องถิ่น ที่ต้องทำงานร่วมกัน สามารถส่งเสริมในเรื่องงานวิจัย งานบริการวิชาการส่งเสริมความรู้ การเรียนรู้พัฒนาชุมชน และงานด้านศิลปวัฒนธรรม โอกาสจากมหาวิทยาลัยมีทุกเรื่องตามเป้าหมายที่ต้องการพัฒนายกระดับคุณภาพชีวิตชุมชน

คุณโสภณ พันธุ์ ตัวแทนจังหวัดสุพรรณบุรี กล่าวว่า “พูดถึงโอกาสการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวจะยั่งยืนได้ นั้นคนที่ทำได้ที่ดีที่สุดคือ คนในพื้นที่จริงไม่ใช่คนข้างนอกมาทำ ผมเชื่อว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นต้องถามจากคนในครอบครัวก่อน การทำงานเกี่ยวกับบริษัททัวร์ จะไม่มีการหักค่าคอมมิชชั่น แต่ทางทีมงานหักร้อยละ 10 เพื่อเก็บไปไว้ในที่ประชุม เพราะทำกันเอง”

สรุป แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เรื่องคนเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องให้ความสำคัญกับคนในพื้นที่ และเงินก็ต้องมีบงกชกลางในการทำงาน

นาย อุดมเดช เกศเกล้า ตัวแทนจังหวัดเพชรบุรี กล่าวว่า “ก่อนที่จะพูดถึงโอกาส อยากให้ย้อนไปดูถึงต้นทุนของแต่ละแหล่งชุมชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกิดจากตัวเอง เกิดจากแรงบันดาลใจของตัวเอง เกิดจากการรวมตัวกันและสร้างโอกาส ดังนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นกับชุมชนคือ ต้องมีต้นทุนเป็นของตัวเอง เมื่อมีปัญหาในชุมชนของตัวเอง อย่างเมืองเพชรบุรีจะมีคนมาทานอาหาร มาไหว้พระแต่นักท่องเที่ยวส่วนมากจะไปพักหัวหิน ชะอำ จึงมีการรวมตัวกันว่าจะทำอย่างไร เพื่อดึงคนนักท่องเที่ยวให้พัก ที่ผ่านมามีเพชรบุรีได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐผ่านทางหน่วยงานสำนักงานจังหวัด การท่องเที่ยวและกีฬา ททท. สำนักงานวัฒนธรรม และจากทางมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี แต่ถ้ากล่าวถึงโอกาสผมมองว่างบประมาณลงมา ความต้องการของชุมชนยังต้องได้รับการพัฒนาพื้นที่ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรม การสื่อสารประชาสัมพันธ์ออกสู่ภายนอก การสรุปองค์ความรู้ในแต่ละชุมชนต้องมีการจัดการ”

สรุป แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เรื่องต้นทุนที่ชุมชนมีในแต่ละชุมชนแหล่งท่องเที่ยว และมีการรวมตัวกันในการแก้ปัญหา โดยต้องรู้จักหาโอกาสจากหน่วยงานของรัฐ ที่จะมีการสนับสนุน

การแสดงความคิดเห็นจากผู้ร่วมเสวนาสอดคล้องที่กล่าวมาคือ เรื่องการพัฒนาคนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต้องพัฒนาโดยเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานการท่องเที่ยว เรื่องของผลประโยชน์ของคนในพื้นที่ ที่ต้องเหมาะสม

การเสริมความรู้เพื่อการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การเสริมความรู้สร้างความเข้าใจเครือข่ายบนพื้นฐานความเป็นไทยด้วยหลักพุทธศาสนากับการท่องเที่ยวที่ผู้ให้บริการหรือเจ้าบ้านที่ดีต้องยิ้มแย้ม เสียสละ มีเมตตาทุกอย่างด้วย จิตวิญญาณดั้งเดิมแท้ทางพระพุทธศาสนา ซึ่งได้รับอิทธิพลจากพราหมณ์ มาผสมพุทธ จุดที่หล่อหลอมศาสนา มักปรากฏ ในรูปแบบของวิถีของวัฒนธรรมต่างๆ แต่ตอนหลังเริ่มเลื่อนไปตามแบบวิวัฒนาการ สมัยใหม่ที่ทุกท่านควรผูกเรื่องนี้ให้ลึกถึงจิตวิญญาณ ที่ท่านควรอธิบายแนวคิดหลักศาสนาด้วย ในความหมายพระพุทธศาสนา ฉะนั้นศาสนาที่ปรากฏผ่านรูปแบบ หรือ กิจกรรมต่างๆ แต่หัวใจสำคัญที่เรียกว่าหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งก็ถือว่าเป็นจุดร่วมในการสร้างเครือข่ายที่ยั่งยืน การส่งเสริม ดร.อุทัย สติมัน กล่าวว่ “ในกรณีตัวอย่าง การรู้จักตน การรู้จักคน การรู้จักงาน 3 ประเด็นนี้ จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ต้องขับเคลื่อนกันต่อไปจึงขออธิบายดังนี้

หลักตัวที่ 1 เริ่มจากรู้จักงาน งานของคนที่ต้องทำ ควรรู้จักหลักธรรมอิทธิบาท 4 อันเป็นสิ่งที่ต้อง พุดกันแต่จริงๆ ซึ่งลึกซึ้งมาก โดยต้องมีใจก่อน แล้วฉันทะที่ท่านมีในหัวใจจะปรากฏว่ามันเต็ม 100 แล้ว เพราะถ้าท่านไม่พอใจในสิ่งที่ท่านทำ งานมันจะไม่มีวันสำเร็จได้ ท่านต้องพอใจที่จะทำงานก่อน เรื่องนี้เรียกว่าฉันทะ คือ รักในสิ่งที่จะทำก่อน แต่ถ้ารักแล้วเฉยๆ มันก็แค่นั้นแหละ อยากรู้ว่าจะเรียนแต่ไม่ทำอะไรเลยมันก็หยุดอยู่แค่นั้น คือ ตัวที่ 1 ฉันทะ คือจุดเริ่มต้น

ตัวที่ 2 วิริยะ หมายความว่า ทำอย่างไรให้งานสำเร็จ หาเทคนิคหาวิธีการให้ลงมือทำ เมื่อฉันทะอยาก วิริยะ ก็ลงมือปฏิบัติ คือ ท่านต้องลงมือปฏิบัติ ทำแล้ว ต้องทำแบบต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่น วิริยะเป็นความมุ่งมั่นตั้งใจแล้วก็ทำ

ตัวที่ 3 จิตตะ เมื่อลงมือทำแล้วก็จิตตะ คือใส่ใจลงทำด้วยจิตวิญญาน ลงมือทำใส่จิตวิญญานเข้าไปเป็นด้วย

และตัวที่ 4 วิมังสา เป็นตัวตรวจสอบ ว่าสิ่งที่ทำ ทำอะไร ทำแล้วเสร็จหรือไม่สำเร็จเกิดปัญหาอะไร ต้องทบทวนแล้วทวนอีกว่า ที่ทำลงไปแล้วไม่สำเร็จล้มเหลวคือขาดอะไร เพราะอะไร สิ่งต่างๆ เหล่านี้ถ้าท่านใช้สี่กระบวนการเหล่านี้จะทำให้สำเร็จได้ แค่คิดให้ดีอิทธิบาท 4 นี้คือตัวที่หนึ่ง เรื่องงานถ้ามี 4 ตัวนี้สำเร็จแน่นอนให้ลึกซึ้ง และทำให้จริงๆ

หลักตัวที่ 2 รู้จักคน อยากรู้ให้ทุกท่านพิจารณาตรงนี้ให้ดีเพราะตัวนี้หลักธรรม เรียกว่า สังคหวัตถุ 4 แปลว่า หลักการที่ทำให้คนเชื่อมคน คนรักกันประกอบด้วย

ตัวที่ 1 คือ ทาน คือการแบ่งปันหลายคนบอกว่ามีอะไรเผื่อแผ่ไปก่อน ผู้ให้ยอมเป็นที่รักของผู้รับเสมอ ไม่ว่าจะให้สิ่งของใครไม่มีวันที่ผู้รับจะรังเกียจ คนไหนเกลียดก็ให้บ่อยๆ เต็มใจก็รักเอง เมื่อทาน แปลว่าการแบ่งปันจะเห็นใจใครได้จะต้องเริ่มให้คนนั้นก่อน ท่านอยากให้คนอื่นมาเยี่ยมเยียนอย่างที่ท่านบอกมาที่นี้ฟรีทุกอย่างท่านเริ่มให้แล้วนี่คือ ทาน ฉะนั้นในเชิงการทำเครือข่าย ผมว่าตรงนี้เป็นส่วนที่สำคัญจะหยิบยื่นไมตรีให้กันอย่างไรบ้าง คือการแบ่งปัน

ตัวที่ 2 ปิยวาจา คือ พุดจาต้องเป็นคำที่ต่อให้เป็นคำที่ มันหยาบแต่ถ้าออกจากใจมันก็ไม่หยาบนะครับผมมองว่า ปิยวาจา ไม่ได้ แปลว่า อ่อนหวาน หรือ ปากหวานกันเปรี้ยวไม่ใช่ แต่พุดออกมาด้วยความจริงใจ ซึ่ง เพชร กับ สุพรรณ มีตรงนี้เต็มหัวใจอยู่แล้วภาษาสำเนียงที่สื่อออกมามันคือภาษาจากความจริงใจ คือ ปิยวาจา อันนี้ท่านเอาไปใช้ได้เลยท่านให้ทั้งหัวใจกับคนที่มาเยี่ยมเยียนท่าน ซึ่งจะเกิดขึ้นกับเครือข่าย แต่จะเกิดขึ้นได้ต้องสื่อสารกันอย่างเป็นมิตรไมตรี

ตัวที่ 3 อัถลจริยา คือต้องทำตนให้เป็นประโยชน์ ในความหมายนี้คนที่เข้ามาเกี่ยวข้องควรจะคิดว่าสร้างประโยชน์ให้คนอื่นอย่างไร อย่าคิดว่าคนอื่นจะให้อะไร แต่คิดกลับกันถ้าคิดจะให้คนอื่น เต็มใจมันจะกลับคืนมาเองเหมือนโยนลูกบอล ไปที่ผนังแต่เต็มใจมันก็จะด้งกลับมาจนได้ อัถลจริยา ในความหมายนี้ การทำตนประพฤตินดี

แล้วตัวที่ 4 สมานัตตา คือแปลว่า สม่่าเสมอหรือแปลว่าเสมอต้นเสมอปลายในความหมายนี้ให้พุดจาดี ทำตนเป็นประโยชน์ต่อเนื่อง อย่าทำดีวันนี้เสร็จแล้วพรุ่งนี้ก็ต้องทำดีต่อกันไป ในการทำเครือข่ายก็เหมือนกันคือ ท่านจะได้หัวใจคนท่านต้องมีทั้ง 4 ข้อนี้ และเสริมด้วยหลักธรรม เมตตา, กรุณา, มุทิตา, อุเบกขา อันนี้เป็นหัวใจของคนที่ผู้นำคนที่มานั่งอยู่ตรงนี้หัวใจของการเป็นผู้นำคือ พรหมวิหาร 4 แนวคิดเรื่องพรหมดูยิ่งใหญ่มาก พระพุทธศาสนาได้รับอิทธิพลมาก็ได้แปลงความหมายใหม่แล้วก็มี พรหม 4 หน้า พรหมอะไรก็แล้วแต่ แต่พรหมของพระพุทธเจ้า

ตัวที่ 1 ต้องมีจิตเมตตา ก่อนเมตตาเป็นความปรารถนาดีที่อยากจะให้คนอื่นมีความสุข ท่านคิดปรารถนาดีกับใครได้ดีก็ชื่นชมดีใจเห็นใครประสบความสำเร็จ อย่าอิจฉาเลยนะ ให้ชื่นชมเขาให้ได้ก่อนนะใจของพรหมต้องชื่นชมยินดีคนอื่น ใครทำได้ดีต้องชื่นชมไว้ก่อนเลยครับแล้วจิตใจจะกว้างตั้งทะเล

ตัวที่ 2 คือ กรุณา เมื่อเขาแย่อยากจะช่วยเหลืออันนี้มันจะต่างกันนะครับดียินดีด้วย แย่คิดแย่อยากจะช่วยเหลือ ตัวนี้จะเรียกว่าจิตเมตตาเห็นสุนัขมันถูกรถทับสงสารอันนี้เป็นจิตกรุณาเป็นหัวข้อที่ 2 ผู้นำต้องมีตัวนี้

ตัวที่ 3 มุทิตา พลอยยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดี ตัวเมตตา คือปรารถนาให้คนอื่นมีความสุข แต่ถ้ามุทิตามันจะพลอยยินดีต่างกัน ตรงที่เมตตากับมุทิตา พลอยยินดีกับคนอื่นได้ดีด้วย

และตัวที่ 4 อุเบกขา บางครั้งในการทำงานอะไรก็แล้วแต่ที่ทำยากเหมือนจะทำงานง่ายแต่ทำยากท่านรู้สึกไม่ได้ไม่เป็นที่ไหนทำได้ไหม อุเบกขา คือการทำใจ ให้ได้เวลาไม่สำเร็จทำใจให้ได้เค้าเรียกว่า “อุเบกขา” ซึ่งมันเป็นตัวที่ไม่ได้ทำได้ง่ายๆ หรือเรียกว่า “การวางเฉย” ในพระพุทธศาสนา ในเวลาที่ผ่านไปแล้วเสร็จบ้าง ไม่ได้อย่างที่ใจคิดบางครั้งก็ต้องลดระดับความต้องการนั้นลงมา ไม่เป็นไร ไม่เป็นไร ให้เข้าใจวางเฉยเพื่อให้เกิดความยุติธรรม สมมุติว่า “ลูกไปทะเลาะแล้วลูกผิดจริงยอมรับผิดไหมว่าลูกทำผิดจริงนะไม่ใช่ว่ายังงี้ลูกฉันก็ต้องถูกเสมอ” อันนี้แสดงว่าไม่มีอุเบกขาอุเบกขามันเป็นเรื่องของการทนต่อการอยู่กับตัวเองเพื่อให้ใจไม่เร่าร้อนไม่รุ่มร้อน อันนี้คือการเป็นผู้นำ

รู้จักตนเองนี่คือ สัจจะ, ทมะ, ขันติ และจาคะ เป็นธรรมอีกข้อหนึ่ง สัจจะ แปลว่าความจริงใจ ตรงนี้ผมสัมผัสได้ถึงความจริงใจของท่านมีตรงนี้พูดจริงทำจริงอันนี้มันเป็นสัจจะของตัวเองด้วย ตัวที่ 2 คือ ทมะ คือการฝึกข่มจิตข่มใจให้ได้เวลาที่ไม่มี เวลาไม่ดีต่างๆ ต้องฝึกข่มจิตข่มใจให้ได้แล้วก็ ขันติ คือความอดทนต่อความยากลำบากอะไรต่างๆ เหล่านี้บางครั้งไม่ใช่ทนธรรมดาแต่ทนเจ็บใจทนเจ็บปวดทนทุกอย่างเลย ขันติมันจะลึกซึ้งมากอันนี้เป็นธรรมะอีกข้อหนึ่ง แล้วตัวที่ 4 ก็คือ จาคะ ตัวเสียสละมันจะลึกซึ้งมากกว่าทาน ทาน แปลว่าการให้ แต่ถ้าจาคะจะสละภายในใจ หลักการทางพระพุทธศาสนาสุดท้ายแล้วมันก็ต้องมาลงอยู่ที่ใจ ใจทั้งหมดว่าจะพัฒนาขัดเกลาใจไปอย่างไรได้ด้วย ฉะนั้นให้มันเป็นของคู่กันไป

วันนี้ถ้าเข้าใจหลักธรรมที่กล่าวมา ท่านต้องหาปรัชญาในการทำงานซึ่งเรื่องนี้ท่านจะมีหัวใจโพธิสัตว์ โดยจะทำงานเพื่อคนอื่น รู้จักเสียสละ แบ่งปัน จากจิตที่ท่านปรารถนาดีด้วยความตั้งใจถ้าท่านมีหัวใจพระโพธิสัตว์จะนำไปสู่ความสำเร็จของงานที่ท่านทำแล้วเครือข่ายก็จะเกิดขึ้นได้ จากแนวคิดรวบยอดถ้าเอาหลักการทางพระพุทธศาสนาซึ่งเป็นจิตวิญญาณสำคัญของความเป็นวิถีไทยจะเชื่อมได้ทั้งหมด

แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การสร้างเครือข่าย จากข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพให้ความสำคัญเรื่องความสามัคคีที่รวมถึง การมีส่วนร่วมโดยเฉพาะเมื่อลงพื้นที่ก็ยังพบเรื่องราวหลากหลายที่นอกเหนือจากความสามัคคีแต่อยู่ในเรื่องของความเป็นไทยมากขึ้น ในเรื่องของการทำงานที่ยั่งยืนที่ว่า

ข้อเสนอที่ 1 ก็คือชุมชนจะต้องมีข้อมูลที่พร้อม มีความรัก สามัคคีที่ร่วมแรงร่วมใจกันทำงาน สังคมมีความพร้อมกับการให้บริการนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอที่ 2 ต้องมีการวางแผน ซึ่งแผนที่ได้ก็ควรมาจากการระดมความคิดเห็นของชุมชน ระเบิดจากข้างในที่ช่วยกันวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทางชุมชนสามารถหาจุดแข็งของตนได้ และเข้าใจในการดึงโอกาสเข้าสู่ชุมชน การทำแผนของชุมชนนั้นต้องมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอโดยพร้อมเพียงกัน ชุมชนก็ต้องมีแผนในการพัฒนาคนในงานบริการด้านการท่องเที่ยว ในภาวะผู้นำ นโยบายรัฐ กฎระเบียบผลประโยชน์ แผนในการพัฒนาชุมชนแหล่งท่องเที่ยว การใช้ระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอที่ 3 ต้องมีการติดตามผล และอยากจะทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยว 4.0 ซึ่งจะเน้นความเข้มแข็งยั่งยืนแล้วก็มั่นคง ถ้าถามว่าจะมั่นคงได้อย่างไร จะยั่งยืนได้อย่างไร จะเข้มแข็งได้อย่างไร ก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ได้พูดกันไปทั้งหมด ซึ่งมาจากจิตวิญญาณ แล้วมันก็ไปสู่คำว่า “โอกาส” คือ เครือข่ายทั้งภาครัฐภาคเอกชนและภาคสังคมจะต้องร่วมมือกัน เพื่อประเทศชาติ

การรวมเครือข่ายเพชรสุพรรณบุรี เป็นเครือข่ายแบบไม่เป็นทางการ แต่แต่ละจังหวัดจะมีความสัมพันธ์กันดี เป็นเรื่องส่วนตัวกันของทางหน่วยงานภาครัฐ สังคม เอกชน ซึ่งเครือข่ายที่เกิดขึ้น เครือข่ายจากชาติพันธุ์ที่มีสายสัมพันธ์กันดี เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ลาวโซ่งของสุพรรณบุรี กับลาวโซ่งจังหวัดเพชรบุรีที่มีการติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้าและพิธีกรรม ในสุพรรณบุรีและเพชรบุรีมีสมาคมการท่องเที่ยวที่เหมือนกับเครือข่ายทางธุรกิจท่องเที่ยวมีการประชุมติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลซึ่งเวลาใครมีงานหรือมีกิจกรรมอะไรต่างๆ สมาชิกก็จะไปร่วมงานช่วยเหลือให้กำลังใจกัน

วันสุดท้ายของการสัมมนา ได้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนร่วมกิจกรรมเพื่อเป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยสุพรรณบุรี มีการเชิญชวนให้ผู้ร่วมสัมมนาเครือข่าย ไปร่วมงานประจำปี วันที่ 12 ตุลาคม 2559 วันครบรอบวันเปิดศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) ซึ่งก็มีสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ททท. การท่องเที่ยวและกีฬาสุพรรณบุรี อพท. และเครือข่ายของอพท. ก็ไปร่วมงานกันมาก และทางจังหวัดเพชรบุรี วันที่ 12 ตุลาคม 2559 ซึ่งตรงกันก็เชิญร่วมงาน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “สบายดี มาบปลาเค้า” ซึ่งสมาชิกทางเพชรบุรีก็ได้ไปร่วมงานถ่ายรูปให้กำลังใจกัน และทางกลุ่มสุพรรณบุรี ก็ได้เรียนเชิญกลุ่มเครือข่ายที่สนใจ ร่วมงานทอดผ้าพระกฐินพระราชทาน ทางชลมารค (ทางน้ำ) บ้านสวนแผ่นดินแม่ บางปลาม้า สุพรรณบุรี ซึ่งทางสมาคมสุพรรณบุรีก็ไปร่วมงานให้กำลังใจกัน

นอกจากที่กล่าวยังมีกิจกรรมที่เป็นโอกาสให้กับเครือข่ายในการทำประชาสัมพันธ์ผ่านงานดาวเทียม ช่อง IPM งานสัมมนา ในรายการตีตัวเที่ยวไทย ซึ่งออกอากาศ วันเสาร์ประมาณ 4 ทุ่ม และ รีรันตอนประมาณตี 3 ถ้าท่านคิดว่าจะประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของรายการท่องเที่ยว เรื่องของทีวีชุมชน จะทำท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายให้กันและกัน พวกพี่น้องทุกท่านนี้เป็นช่องทางที่จะนำชุมชนมาเผยแพร่ ในโลกของทางสื่อทีวี และสื่อทาง Social สามารถติดต่อได้ เบอร์ติดต่อ 081-7368981 ซึ่งทางเพชรบุรีจะติดตามให้ครบ จะเห็นว่าการมาสร้างเครือข่ายนี้ เป็นประโยชน์กับทุกฝ่ายถ้าได้ใช้ โอกาสจากเครือข่าย ก็จะได้ประโยชน์จากเครือข่าย

“จากกิจกรรมที่คิดว่าพวกท่านคงได้เครือข่ายแล้ว ถือเป็นโอกาสว่าใครจะได้เพื่อนมากหรือน้อย อยู่ที่ความมุ่งมั่นที่จะทำงานเครือข่ายด้วยกัน คิดว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งทางมหาวิทยาลัยเองก็มีเป้าหมาย ในการจะไปเยี่ยมเยือนเพราะมหาวิทยาลัยก็ต้องการความรู้เรื่องจากแหล่งเรียนรู้

ชุมชน เพราะพื้นที่ชุมชนก็เป็นแหล่งเรียนรู้ของนักเรียนนักศึกษาด้วย ไม่ใช่เฉพาะของนักท่องเที่ยวเท่านั้น เพราะฉะนั้นท่านควรจะสร้างคุณประโยชน์ให้กับประเทศชาติ และคงรักษาความเป็นไทยไม่ว่าจะเป็นชาติติดพันธุใดแต่เมื่ออยู่ในแผ่นดินนี้มายาวนานถือว่าเป็นคนไทย เพราะฉะนั้นในเรื่องของเครือข่ายบนพื้นฐานความเป็นไทย แล้วคาดหวังว่าเครือข่ายนี้จะอยู่ตลอดไปโดยจะมีกิจกรรมร่วมกัน คำว่าเครือข่ายมันจะเป็นเครือข่ายอยู่ได้ต่อเมื่อต้องมีกิจกรรมต่อกันเมื่อไหร่ ที่เลิกไม่ทำกิจกรรมต่อกันเหมือนมันจะนิ่งๆ ไปแต่เมื่อไหร่ที่ลุกขึ้นมาติดต่อกันอีกเครือข่ายก็จะเกิดอยู่ที่คาดหวังว่าเพชรบุรี สุพรรณบุรีเป็นพี่น้องกันแล้วก็จะร่วมกันในเรื่องของการขับเคลื่อนชุมชน ไปสู่การเสริมพัฒนา ระดับประเทศในเรื่องของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน เพราะว่าประเทศประกาศเป็นเมืองท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นทุกๆ ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ และมีมิตรภาพให้กับผู้ที่จะมาเยี่ยมเยียนก็ต้องขอขอบคุณทุกท่านที่มีความตั้งใจในการที่จะทำงานตรงนี้ให้กับประเทศชาติ”

แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลทีกล่าวมา การเข้าร่วมเครือข่าย เกิดจากความเป็นชาติพันธุ์ การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นสมาคมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ ด้วยความเป็นพันธมิตรกันโดยมีการประชุม ทางสุพรรณบุรีมีการกินแซร์ และการทำกิจกรรม มีการเห็นประโยชน์ จากเครือข่ายที่ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ที่ดีโดยปากต่อปาก มีการแนะนำ ส่งต่อ ประโยชน์จากเครือข่ายที่ทำให้เกิดโอกาส จากภาครัฐ ชุมชน/สังคม และเอกชน ซึ่งถ้าเป็นเครือข่ายกันก็จะง่ายในการช่วยเหลือกันด้วยดี และเกิดความร่วมมือของเครือข่าย เป็นการทำงานร่วมกัน ช่วยเหลือกัน ให้กำลังใจแก่กันและกัน ในกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น งานบุญ งานกีฬา งานประจำปี และกิจกรรมต่างๆ ที่เครือข่ายจะดำเนินงานด้วยความร่วมมือ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต้องเน้นการส่งต่อสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ที่กิน ด้วยข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจากการช่วยเหลือกัน โดยมีแนวทางดังนี้

1. แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาคนเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมการเรียนรู้เครือข่าย ต้องให้ความสำคัญเรื่องความเป็นไทย ที่สอดคล้องผลสำรวจ ที่ต้องให้ความสำคัญ ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน ในเรื่องการธำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน กกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น ซึ่งถ้าเน้นถึงความยั่งยืนถือได้ว่าเป็นพื้นฐานความเป็นไทย ที่คนไทยต้องมีความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ไทย และมีความเชื่อ(ศรัทธา)ตามหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา มีวิถีชีวิตตามประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเน้นไปที่การพัฒนาคน

การพัฒนาคน ให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเรื่องนี้ถือเป็นโอกาสของเครือข่าย ที่จะตั้งหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะสถาบันการศึกษาท้องถิ่นที่มีความรู้ความเข้าใจท้องถิ่นเป็นอย่างดีถึง ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิต สถาบันการศึกษาอื่นๆ ที่เป็นเครือข่ายกับท่าน ซึ่งหมายถึง สามารถประสานติดต่อพูดคุยปรึกษาหารือร่วมกันได้ รวมถึงหน่วยงานจากการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด หรือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในจังหวัดที่อาจประสานเครือข่าย ททท. ส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาคนของแหล่งท่องเที่ยวให้คนเกิดการพัฒนาต้องส่งเสริมดังนี้

(1) เรื่องทัศนคติที่มีต่อความเป็นคนไทยที่มีเมตตาพร้อมให้บริการที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(2) เรื่องผู้นำ ภาวะผู้นำ ของคนในชุมชน ที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(3) เรื่องการใช้ภาษาในการให้บริการด้วยใจที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(4) เรื่องกระบวนการให้บริการที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(5) เรื่องการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(6) เรื่องการประสานกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(7) เรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่นำเสนอไปนั้นเป็นเพียงตัวอย่าง ซึ่งแต่ละชุมชนก็อาจจะมีปัญหา ความต้องการในการเรียนรู้ที่ต่างกันซึ่งประเด็นในการเรียนรู้นั้นต้องมีการระดมความคิดร่วมกันว่ามีปัญหาอะไร และจะพัฒนาอย่างไร แต่ในการพัฒนาคนต้องเน้นถึงการพัฒนาคุณค่าของคนตามหลักศาสนาต่างๆ หรือหลักธรรมในพระพุทธศาสนาตามที่ได้เสนอมา โดยต้องทำให้เกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิด รักประเทศชาติ รักความสามัคคี ซึ่งต้องเรียนรู้ให้เข้าใจ ถึงจะเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน คนถึงจะเกิดจิตอาสาอย่างแท้จริง จะนำไปสู่การพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน

2. แนวทางการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือต้องถือเอาเครือข่ายเป็นเรื่องที่สำคัญ คนในสังคมเดียวกันต้องรวมกัน ช่วยกัน ส่งเสริมสนับสนุนกัน อย่างการสำรวจพบว่า ธุรกิจที่ต้องการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนมากที่สุดคือธุรกิจด้านร้านอาหาร ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญต่อการท่องเที่ยวเพราะร้านอาหารเป็นเรื่องในการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อย่างในจังหวัดสุพรรณบุรี มีความร่วมมือกันเตรียมความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ กับธุรกิจร้านอาหารมีการจัดอบรมการผลิต การบริการของร้านอาหาร ที่ถูกสุขลักษณะ มีความร่วมมือกันในการจัดอบรมให้กับธุรกิจร้านเสริมสวย เป็นต้น การจะเกิดความร่วมมือที่ดีนั้น คนในชุมชน/สังคมต้องมีทัศนคติที่ดี ซึ่งก็จะพัฒนามาจากการส่งเสริมการเรียนรู้ การสร้างความร่วมมือต้องเน้นให้ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันรับผลประโยชน์ และร่วมกันแก้ปัญหาผลกระทบ ปัจจัยสำคัญเรื่องนี้คือ ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนในเรื่องการดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น, ด้านเศรษฐกิจ ในเรื่องการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้ กับการท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ, ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่าย ในเรื่อง สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกันและกัน, ด้านผู้นำเครือข่าย ในเรื่องการเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ, ด้านความพร้อมของสังคม ในเรื่องการดูแลขยะปฏิภูล และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัยที่กล่าวมาจากการสำรวจปัจจัยมีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยซึ่งผลทุกด้านที่กล่าวมาสำคัญระดับมาก ซึ่งถ้าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความร่วมมือกันมากปัจจัยที่กล่าวมาก็น่าจะพัฒนาให้มากขึ้นได้จะเป็นผลดีมากขึ้นด้วย

ในสิ่งที่เครือข่ายต้องทำคือ

(1) ทุกคนในเครือข่ายมีสิทธิเท่าเทียมกัน ความเป็นประชาธิปไตยที่ถูกต้อง มีหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีกฎระเบียบที่เหมาะสมจากความเห็นด้วยของทุกคน

(2) มีการประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

(3) ทุกคนเป็นผู้นำ และมีภาวะผู้นำที่พร้อมเป็นผู้ตามที่ดี

(4) ผู้ร่วมประชุมต้องมีอิสระเสรีในการแสดงความคิดเห็น

(5) ผู้ฟัง ควรฟังด้วยใจให้เกียรติกันและกัน

(6) ควรประชุมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าประชุม

(7) มีการจัดบันทึกการประชุม สรุปการประชุม

(8) มีการจัดกิจกรรมร่วมกันตามความเหมาะสม

ที่นำเสนอไปนั้นเป็นเพียงตัวอย่าง ซึ่งแต่ละชุมชนเครือข่ายหรือสมาคมอาจจะมีอะไรมากกว่านี้หรืออะไรไม่ควรก็มีแล้วแต่ความเหมาะสม ตามความต้องการของเครือข่าย แต่ควรมีเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน

3. แนวทางการขับเคลื่อนเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวด้วยมิตรภาพเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนเครือข่าย เป็นเรื่องที่สำคัญที่ทุกคน ที่เกี่ยวข้องต้องทำใจให้เป็นกลาง โดยอย่าคิดว่าการขับเคลื่อนเป็นหน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่งหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งถ้าคิดอย่างนั้นคนอื่นๆ หรือหน่วยงานอื่นๆ จะไม่เกิดการพัฒนา แต่ควรคิดว่าถ้าเราต้องการจะพัฒนาพื้นที่ชุมชนในการทำกิจกรรมหน้าที่การขับเคลื่อนเครือข่ายก็จะเป็นที่แสดงความเป็นผู้นำเครือข่ายจะต้องทำหน้าที่ในการประสานเครือข่าย สมมุติว่าถ้าจะจัดงานบวชลูกชายตนเอง ใครจะมาเป็นผู้นำเชิญญาติๆ ก็คงไม่มี ก็ต้องเป็นผู้นำในงานนั้นในการเชิญญาติพี่น้องและเพื่อนๆ งานเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนก็เหมือนกัน ก็มีหน้าที่ในการดึงโอกาสเข้ามาหาตน คือการขอการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภายนอกที่รู้จักเพราะถือว่าเป็นเครือข่าย เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคม แต่สิ่งสำคัญที่ต้องทำให้กว้างว่าถ้าใครไม่มาร่วมงานก็ต้องถือว่าเขาอาจไม่ว่างติดภารกิจอื่นๆ หรือไม่ได้รับการติดต่อ ก็จะไม่ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญเพราะทำหน้าที่ให้ดีที่สุดแล้ว แต่หน้าที่ของคนอื่นก็ต้องสุดแล้วผู้หนึ่ง ซึ่งถ้าทำใจอย่างนี้ได้ก็ทำหน้าที่ให้ดีที่สุด ตามมาตรฐานความเป็นไทยที่มีเมตตา มีความกตัญญู เมื่อใครมาช่วยงาน งานของเขาก็ต้องไปให้กำลังใจกัน แต่ใครไม่มางานถ้าเขาเชิญเท่ากับเขาให้เกียรติ ก็ต้องทำหน้าที่ตามความเหมาะสมของการเป็นมนุษย์ที่ต้องอยู่ร่วมกันในสังคม ดังนั้นการขับเคลื่อนเครือข่ายในทางปฏิบัติจึงประกอบด้วย

(1) ทำเครือข่ายให้เหมือนกับการเป็นญาติพี่น้องสนิทกันที่ต้องติดต่อช่วยเหลือกัน ไม่ตัดสายสัมพันธ์กันเพราะเป็นคนไทยด้วยกัน

(2) ต้องทำใจว่าการขับเคลื่อนเครือข่ายไม่ได้เป็นของคนใดคนหนึ่ง หรือหน่วยงานใด หน่วยงานหนึ่งแต่เป็นหน้าที่ของทุกคน หน่วยงานไหนทำกิจกรรมหน่วยงานนั้นเป็นผู้นำเครือข่าย หน่วยงานอื่นเป็นผู้ตาม ผู้สนับสนุนส่งเสริมด้วยความปรารถนาดี

(3) แต่ถ้าหน่วยงานมีการทำกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรม หน้าที่การขับเคลื่อนเครือข่ายเป็น ผู้นำในการขับเคลื่อนครั้งนั้น ต้องแสวงหาโอกาสขับเคลื่อนให้ได้มากที่สุดในการเชิญหน่วยงาน เครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และสังคมที่มีความสัมพันธ์กัน

(4) การขับเคลื่อนเครือข่ายต้องทำด้วยหลักพรหมวิหาร 4 คือ เมตตา กรุณา มุทิตา และ อุเบกขา หมายถึง งานกิจกรรมที่จัดผู้นำเครือข่ายต้องทำด้วยเมตตาคือมีความปรารถนาดีต่อผู้ที่ มาร่วมกิจกรรมด้วยความรักความเห็นใจ เช่นการมีความปรารถนาดีต่อผู้จัดกิจกรรมด้วยความรัก ความเห็นใจเครือข่ายทั้งหลายผู้ตามหรือผู้สนับสนุนเครือข่ายก็ต้องทำหน้าที่ด้วยเมตตาเช่นกันคือ ควรไปร่วมทำกิจกรรม ร่วมให้กำลังใจ เห็นใจด้วยใจจริงถ้าไปร่วมได้แต่ถ้าไม่สามารถไปได้ก็ต้องแสดง ความเป็นเครือข่ายตามความเหมาะสม มีกรุณาหมายถึง ความเห็นอกเห็นใจกัน และต้องการสร้าง เสริมประโยชน์สุขให้แก่เพื่อนร่วมชุมชน/สังคม มีมุทิตา หมายถึงการแสดงการขอบคุณยินดีกับผู้ มาร่วมงาน และในทางกลับกันสำหรับเครือข่ายที่มาร่วมงานก็ต้อง ชื่นชมยินดีกับผู้นำเครือข่ายครั้งนั้น ที่ทำได้ดีหรือได้รับความสำเร็จอย่างใดอย่างหนึ่ง ด้วยใจจริง อุเบกขา หมายถึง การวางเฉยแบบ วางใจเป็นกลางๆ กับคนที่ไม่ได้มาร่วมเครือข่าย โดยไม่เอนเอียงเสียใจ ชัง โกรธ แต่ทำใจด้วยความมี เมตตากรุณา คิดว่าเขาต้องมีหน้าที่อื่นที่สำคัญกว่า

4. แนวทางการสื่อสาร ประสานประโยชน์ ประชาสัมพันธ์เครือข่ายของสังคมบนพื้นฐาน ความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมให้เกิดทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์เครือข่าย เป็นการสร้างความร่วมมือ ไปสู่ การขับเคลื่อนเครือข่าย จึงเป็นเรื่องที่สำคัญเหมือนกับการเป็นญาติพี่น้องที่ต้องพอรู้อข้อมูลกันบ้าง สามารถบอกกล่าวเรื่องราวๆ ไปได้ โดยเฉพาะชื่อ ที่อยู่ สถานที่ติดต่อ ที่สามารถสื่อสารกันได้ และเมื่อ มีข่าวจะประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ บอกกล่าว เชิญชวน ให้เครือข่ายรู้ หรือบอกต่อสังคม ก็ สามารถทำได้ หรือมีใครต้องการข้อมูลเครือข่ายก็สามารถให้ข้อมูลพื้นฐานได้และสามารถให้ข้อมูลใน การติดต่อได้ เพราะผู้ที่ขอข้อมูลก็จะเป็นเครือข่ายกัน ดังนั้นแนวทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เครือข่ายจะต้องประกอบด้วย

(1) ข้อมูลที่จะสื่อสารต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร ชุมชน / สังคม

(2) ข้อมูลที่จะสื่อสารประชาสัมพันธ์ต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง ครบถ้วน แน่นนอน ไม่สร้าง ผลกระทบต่อองค์กรและผู้สื่อสารประชาสัมพันธ์ต่อ

(3) มีการจัดระเบียบการสื่อสาร โดยทำความเข้าใจในเรื่องที่จะสื่อให้ชัดเจน มีการสื่อสาร วิธีการสื่อสารให้ชัดเจนตรงประเด็นเหมาะสมกับเครือข่ายมากที่สุด มีการประเมินผลตรวจสอบข้อมูล ย้อนกลับจากสิ่งที่สื่อออกไปว่าเป็นอย่างไร

(4) รู้ขั้นตอนของการสื่อสาร มีความตั้งใจ ความเข้าใจ การยอมรับ และนำไปสู่การปฏิบัติให้ ตรงตามเป้าหมายของการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพ

(5) ใช้การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ทุกทางที่เหมาะสม ซึ่งอาจหมายถึงการสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทางไปพร้อมๆ กันกับเครือข่าย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดความพอใจจากการให้เกียรติ ยอมรับ เกิดความรู้สึกประทับใจ และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีของเครือข่ายในการทำงานในอนาคต

(6) มีการสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่าย เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี ด้วยการทักทายตามวาระโอกาสด้วยใจจริง

ตารางที่ 4.35 สรุปการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์	สุพรรณบุรี	เพชรบุรี
ความหมาย ความเป็นไทย	ประวัติความเป็นมาที่ทำให้เกิดความรัก สามัคคี มิตรไมตรี เอื้ออาทร วัฒนธรรมประเพณี ที่เป็นวิถีชีวิต	ความสำนึกในพระมหากษัตริย์คุณ พระมหากษัตริย์และ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีที่ดั่งมาท้องถิ่น
แนวคิดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	การทำงานร่วมกันทุกภาคส่วน มีเครือข่ายเป็นหลักสำคัญในการทำงาน มองหาผลิตภัณฑ์	การทำงานร่วมกัน คิดว่าใครมีเครือข่ายมากมีโอกาสประสบความสำเร็จ สิ่งสำคัญคือเรื่องความปลอดภัย
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย		
ด้านความพร้อมของสังคม	มีสมาคมที่ช่วยเหลือกัน และมีวัดป่าเลไลยก์วรวิหารมีความพร้อมที่ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วม และส่งเสริมเอกลักษณ์ชุมชนวิถีไทยที่ช่วยเหลือกัน	เป็นเมืองอาหาร ชนม และวัฒนธรรม เทศบาลสร้างความพร้อมในการส่งเสริมเด็กเป็นมัคคุเทศก์น้อยและการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยวครบในเขตเทศบาล
ด้านเศรษฐกิจชุมชน	ทำให้เกิดการกระจายรายได้ จากการทำงานเป็นสายพานคนในชุมชนที่ผลิตแปรรูปสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว	เมื่อมีงบประมาณสู่วิถีชุมชน บ้างก็จะสร้างชีวิตชีวา แต่จริงๆ ทำด้วยจิตอาสาอยู่แล้ว
ด้านผู้นำ	เรื่องมนุษย์สัมพันธ์มีความสำคัญในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ รู้จักเสียสละ ทำให้เกิดการยอมรับ	ต้อง เชื่อใจได้ ทำงานด้วยใจรัก เพื่อสนองคุณแผ่นดิน สามารถดึงคนเก่งเข้ามาร่วมได้ เป็นนักประสานที่ดี
ความต้องการของ	เกิดจากความร่วมมือคน ดังนั้น	การเข้ามาร่วมมือกันของชุมชน

ผลการวิเคราะห์	สุพรรณบุรี	เพชรบุรี
ชุมชนในสังคม	สามชุกเกิดจากคนในชุมชนมีความต้องการทำให้ตลาดสามชุก เกิดได้จากการประสานความร่วมมือ ร่วมใจ	หน่วยงานต่างๆ ร่วมมือกันมากมีกลุ่มสร้างสรรค์งาน อย่างพิพิธภัณฑสถานอม ชาวบ้านมาช่วยกันรื้อ ช่วยกันยก
ด้านความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่าย	การพูดคุยจนเกิดความเชื่อใจสัมพันธ์กันแบบพี่แบบน้องทางเชื้อชาติทำให้สามารถเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม	ในพื้นที่เทศบาลมีบุคคลด้านความรู้เก่าที่สามารถมาถ่ายทอดความรู้เก่าๆ ได้
เครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว		
การเข้าร่วมเครือข่าย	การเป็นพันธมิตรกันของสมาคม มีกระบวนการรวมกลุ่ม มีชมรม และเน้นเอกลักษณ์เรื่องศิลปวัฒนธรรม การเข้าร่วมยังไม่ชัดเจนอย่างเป็นทางการ จะมีเฉพาะช่วงที่มีกิจกรรม	ถ้าหน่วยงานใดต้องการข้อมูลหน่วยงานที่รับผิดชอบสามารถให้ข้อมูลมหาวิทยาลัยท้องถิ่นราชภัฏเพชรบุรีสามารถสร้างเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยวได้จากงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้
การเห็นประโยชน์	คนในชุมชนชอบกิจกรรมแสดงถึงความมีจิตอาสาที่เห็นถึงประโยชน์ตนและประโยชน์ผู้อื่น มีการส่งต่อในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	ถ้าต่างคนต่างทำ ก็จะมีเรื่องเฉพาะสิ่งที่ตนรู้ การเชื่อมโยงระหว่างหมู่สมาชิกมีความสำคัญมาก เมื่อสัมพันธ์กันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยน เชื่อมโยง
ความร่วมมือกันของเครือข่าย	โดยชุมชนต้องร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ และช่วยกันดูแลรักษาเพื่อความยั่งยืน โดยการร่วมมือที่อบอุ่น ไม่แก่งแย่งกัน	ชาวบ้านมีกิจกรรมทำงานร่วมกันได้ผลผลิต และจำหน่ายให้สหกรณ์ หรือภาครัฐสนับสนุนอย่างบริษัทประชารัฐเพชรบุรีมาช่วยบริหารด้านการตลาด รวมถึงพลังเครือข่ายจากขบวนการต่างๆ
ปัญหาอุปสรรค	ผู้มีอำนาจ ผู้บริหารต้องมีความชัดเจนในการขับเคลื่อนเชื่อมโยงประสานงาน และปัจจุบันมีความคิดที่แตกต่าง แยกจากผลประโยชน์รวมถึงเรื่องการเมือง และขาดความรู้ความเข้าใจที่ควรได้รับการส่งเสริมเรือเครือข่าย	ผู้นำชุมชนถูกดึงออกจากชุมชนจนหลุดด้านอาหารคาวหวานก็ส่งผลต่อสุขภาพสถานที่ท่องเที่ยวขาดการดูแลรักษา ปัญหาเรื่องคนที่ขาดความรู้ความเข้าใจในการบริการ ไม่ค่อยคุยกัน มีอคติและต้องการผลประโยชน์ก่อนการทำงานและขาดการส่งเสริมจากภาครัฐ

ผลการวิเคราะห์	สุพรรณบุรี	เพชรบุรี
เครือข่ายของสังคม บนพื้นฐานความ เป็นไทยใน อุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน	-วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร -ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณ ชาวนาไทย (เฮียใช้) -ชุมชนเมืองโบราณอู่ทอง -บ้านสวนแผ่นดินแม่	-วัดมหาธาตุ และท่องเที่ยวในเทศบาล เมืองเพชรบุรี -พิพิธภัณฑ์ไทยพวนวัดมาบปลาเค้า -พิพิธภัณฑ์ปानถนอม

การวิเคราะห์ ข้อมูลกิจกรรม	กิจกรรมการเสวนาเพชรบุรีกับสุพรรณบุรี
1. การเรียนรู้เรื่อง เครือข่าย	เครือข่ายจะอยู่รอดได้ต้องทำกิจกรรมร่วมกัน คำว่าเครือข่ายเป็นเรื่องใกล้ตัวคือ “พวก” ซึ่งประกอบด้วย “พ” พึงพากัน “ว” ไว้วางใจกัน “ก” เกรงอกเกรงใจ หรืออาจพูดได้ว่า ทีมงาน
2. ประสพการณ์ เพื่อการเรียนรู้ กรณีศึกษา	กรณีศึกษา ตัวแทนจังหวัดสุพรรณบุรี กล่าวถึง การทำหน้าที่ตอบแทนคุณ แผ่นดินด้วยจิตวิญญาณ ในการสืบสานวัฒนธรรมเรื่อง ข้าวที่เป็นวิถีชีวิตของคน ไทย กรณีศึกษาตัวแทนจังหวัดเพชรบุรี กล่าวถึง ความหลากหลายทางชาติพันธุ์เป็น แหล่งที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยว และเน้นที่ศิลปะ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่นำไปสู่ เครือข่าย
3. สรุปประเด็น จากประสพการณ์ เพื่อเป็นแนว ทางการสร้าง เครือข่ายของสังคม บนพื้นฐานความ เป็นไทยใน อุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน	-ได้รูปสามเหลี่ยมขับเคลื่อนจินตนาการให้เป็นจริง ภายใต้ประเด็นพื้นฐาน สิ่ง ที่ต้องทำ และทำเพื่ออะไร -นำขับเคลื่อน อัตลักษณ์สู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ประกอบด้วย นำอยู่ นำเที่ยว และนำกิน
4. กิจกรรม ปฏิบัติการแนว ทางการสร้าง เครือข่ายของสังคม บนพื้นฐานความ เป็นไทยใน อุตสาหกรรมการ	-การประสานองค์กรในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง -การสร้างความประทับใจมิตรภาพกับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว สรุปกิจกรรม 5 กลุ่ม 1. แหล่งท่องเที่ยวต้องมีเครือข่าย เชื่อมโยงมิตรภาพ พึงพา พัฒนา 2. ต้องพัฒนานคน ส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างทัศนคติ สร้างคน 3. สร้างการมีส่วนร่วม สร้างความร่วมมือ เพื่อแลกเปลี่ยน 4. การมีกฎระเบียบเพื่อให้ปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

การวิเคราะห์ ข้อมูลกิจกรรม	กิจกรรมการเสวนาเพชรบุรีกับสุพรรณบุรี
ท้องถิ่นอย่าง ยั่งยืน	5.การประสานประโยชน์ การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์
5. การเสวนาร่วม แสดงความคิดเห็น ถึงแนวทางการ สร้างเครือข่ายของ สังคมบนพื้นฐาน ความเป็นไทยใน อุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน	<p>1. แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาคนเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>2. แนวทางการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>3. แนวทางการขับเคลื่อนเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวด้วยมิตรภาพเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>4. แนวทางการสื่อสาร ประสานประโยชน์ ประชาสัมพันธ์เครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย 2) ศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ3) เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีประชากรคือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ 2 จังหวัด คือ จังหวัดเพชรบุรี กับ จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านสถานที่พัก, ร้านอาหาร, ร้านขายของที่ระลึก ของเอกชน วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ อื่นๆ ในพื้นที่ 2) กลุ่มภาคสังคม ผู้นำชุมชน ด้านศาสนาวัฒนธรรม วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ และ3) กลุ่มภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและฝ่ายปกครองในส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยว ฝ่ายจังหวัด ฝ่ายปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณใช้เครื่องมือใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ส่วนการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง มีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการสนทนาและการเสวนา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Correlation Coefficient) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งคำนึงถึงบริบท (context) หรือสภาพแวดล้อม และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (interpretation)

สรุปผลการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย พบว่า

การสำรวจจากแบบสอบถามแนวทางการสร้างความสัมพันธ์ของคนในสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 และจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 201 คนคิดเป็นร้อยละ 50.25

ข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีช่วงอายุระหว่าง 45 - 54 จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 มีการศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช.ปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 กลุ่มอาชีพ อื่นๆ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 มีระดับประสบการณ์ทำงานระหว่าง 1 ปี - 10 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ

51.50 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ให้ความหมาย “ความเป็นไทย” คือ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และศิลป์ จำนวน 112 ประเด็น คิดเป็นร้อยละ 28.94 มีการรู้จักเครือข่ายการท่องเที่ยว จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และไม่ได้สังกัดการเข้าร่วมเครือข่าย จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 72.18

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย พบว่า ความสำคัญในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย จากภาพรวมทั้ง 5 ด้าน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงที่สุด คือ การดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน กับเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น

ด้านความพร้อมของสังคม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงที่สุด คือ การดูแลขยะปฏิภูม และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านเศรษฐกิจชุมชน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงที่สุด คือ การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้ กับเรื่องการท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ

ด้านผู้นำเครือข่าย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงที่สุด คือ การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ

ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงที่สุด คือ สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกัน

เครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมไทย พบว่า ในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความร่วมมือของเครือข่าย เรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาแต่ละพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย และด้านความร่วมมือของเครือข่าย

การสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เหตุผลเพราะ ความสนใจในเรื่องของชุมชน เพราะมีสถานะเป็นผู้นำชุมชน เป็นคณะกรรมการ และสมาชิกที่ต้องการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนเรื่องการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ประเพณี สืบสานวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนมีพลัง เกิดรายได้ในชุมชน สร้างสรรค์พัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้สังคมอยู่เย็นเป็นสุข มีเพื่อนเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเภทร้านอาหาร โดยเคยแนะนำการส่งเสริมแนะนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เคยส่งเสริมแนะนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว คือธุรกิจประเภทร้านอาหาร และก็ได้รับการช่วยเหลือจากธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจประเภทที่พัก เคยแนะนำธุรกิจอื่นๆ คือธุรกิจประเภทร้านอาหาร ให้มีการปรับปรุง แต่ก็ต้องการได้รับการส่งเสริมธุรกิจจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่น ประเภทธุรกิจที่ควรต้องการได้รับการส่งเสริมคือ ร้านอาหาร เรื่องที่ต้องการได้รับการช่วยเหลือจาก อบต./เทศบาล คือ เรื่องขยะ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และความสงบของ

ประชาชน เงินทุน งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดทำป้ายชื่อถนน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว และแนะนำการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมสถานที่ให้คนรู้จักอย่างทั่วถึง รวมถึงการส่งเสริมเครือข่ายและความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว

การมีเครือข่ายการท่องเที่ยวกับธุรกิจมีความสำคัญ เพราะประโยชน์ในเรื่องรายได้เพิ่มขึ้นจากเครือข่ายที่ช่วยแนะนำนักท่องเที่ยว จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่ม มีคนมาใช้บริการเพิ่มขึ้น ซึ่งเครือข่ายสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว และแนะนำข้อมูลที่รวดเร็วชัดเจน ช่วยส่งเสริม ช่วยสนับสนุนด้านธุรกิจให้ดีขึ้น เป็นที่รู้จักมากขึ้น การช่วยเหลือกันทั้งด้านข้อมูล ศูนย์รวมการหารือถึงปัญหาต่างๆ และการเชื่อมโยง ก่อให้เกิดภาคีร่วม เพิ่มเครือข่าย เพิ่มสมาชิกการใช้บริการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ทำให้เกิดความคิดเห็นในการเข้าร่วมเครือข่าย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยควรให้เกิดความร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย และมีความคิดเห็นในการช่วยเหลือเครือข่ายหรือความร่วมมือทางการท่องเที่ยว เรื่องการช่วยเหลือการโฆษณาประชาสัมพันธ์

2. ศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า

ปัญหา อุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพบว่า

เรื่องคน ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการให้บริการที่ขาดความรู้ ในการพูด การสื่อสาร ความสุภาพ และการใช้ภาษา(อังกฤษ) ขาดจิตสำนึกการเป็นคนดีที่มีหัวใจการให้บริการ เพราะชาวบ้าน ชุมชนยังไม่มีความสนใจ เข้าใจ เรื่องการท่องเที่ยว และเปิดใจรับกับเศรษฐกิจใหม่ๆ

ขาดผู้นำชุมชนที่มีวิสัยทัศน์ มีทัศนคติที่จะพัฒนาท้องถิ่นให้มีความโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยว และคนยุคใหม่ไม่สนใจในวัฒนธรรม

เรื่องรายได้ การกระจายรายได้ยังไม่ทั่วถึงเพราะ เศรษฐกิจหดตัวทำให้ รายได้ลดลงเป็นปัญหาเศรษฐกิจของสังคมในปัจจุบัน และขาดการสนับสนุนเงินทุนงบประมาณ

เรื่องสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังยาก การขนส่งสาธารณะไม่ทั่วถึง ไม่มีมาตรฐาน โดยเฉพาะเรื่องความสะอาด และความปลอดภัย การจัดการสุขอนามัยของสถานที่บางแห่งขาดการดูแลสถานที่เรื่องความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกและเรื่องขยะ ป้ายบอกชื่อถนนชอยเก่าชำรุดแตกหัก ไม่ชัดเจนไม่เพียงพอมีน้อย สายโทรศัพท์ สายเคเบิล รุงรัง และสิ่งแวดล้อมยังไม่ดีเพียงพอจากอุตสาหกรรมหรือแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้านกลิ่น อากาศ ฝุ่นละออง และ ทัศนียภาพ ขาดเอกลักษณ์ความโดดเด่นของสินค้า และบริการ รวมถึงขาดศูนย์อำนวยความสะดวก ที่มีการรวบรวมข้อมูลเป็นหนึ่งเดียว ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว ความสะอาดที่พัก ร้านอาหาร

เรื่องการจัดการ ขาดการวางแผน การพัฒนา นโยบาย ความรู้ด้านเทคโนโลยี และแนวคิดสร้างสรรค์ ในการจัดการทรัพยากร และการจัดระบบการท่องเที่ยว รวมถึงขาดเรื่องความร่วมมือภายในจังหวัดจากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง หรืออาจมีความขัดแย้งที่เป็นผลมาจากองค์กรภาครัฐ เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน ขาดการบูรณาการร่วมกัน ที่จะผสานให้เกิดการทำงานร่วมกัน จากการมีส่วนร่วมของทุกคนในชุมชน เพราะขาดการประสานงานเครือข่าย ขาดพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ขาดความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสาร การ

ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว และการใช้ความรู้ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วต่อเนื่อง และ ขาดความรู้ด้านการตลาด

เรื่องการส่งเสริมของภาครัฐ ขาดความต่อเนื่องและจริงจัง การประสานงานกับส่วนราชการ ใช้เวลามีขั้นตอนมาก ขาดความยั่งยืน ส่วนหน่วยงานท้องถิ่นยังส่งเสริมทำหน้าที่ในการพัฒนาท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวน้อย และยังไม่เอื้ออาทรต่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยว

ปัญหาหรืออุปสรรคในการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย ประกอบด้วย

1) เรื่องความรู้ เป็นการขาดความเข้าใจในอัตลักษณ์ความเป็นไทย และการนำเสนอความงามของศิลปวัฒนธรรมที่ถูกต้องเหมาะสม และขาดการพัฒนาเรื่องการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่ดี

2) เรื่องความร่วมมือ เป็นปัญหา จากการประสานงาน การทำงานร่วมกัน การทำกิจกรรมร่วมกันและการมีส่วนร่วมของบุคคล ในพื้นที่ชุมชน ภาครัฐและเอกชน ที่เข้าใจสภาพแวดล้อมของสังคมแต่มีความขัดแย้งในชุมชน ความไม่เข้าใจกัน เรื่องของผลประโยชน์และเรื่องของการเมืองที่ทำให้เกิดความแตกแยก และมีอคติของหลายๆ ภาคส่วน

3) เรื่องผู้นำ เป็นเรื่องที่ยังไม่มีผู้นำที่ชัดเจนที่จริงจัง เอาจริง เชิญชวนทุกคนให้ร่วมแรงร่วมใจสร้างวิถีความเป็นไทย เป็นคนกลางในการประสาน ผู้นำที่เข้มแข็ง ต้องมีจิตสำนึกถึงด้านคุณธรรม อันดีงาม ต้องปลูกจิตสำนึกของคนในชาติ ให้รักในขนบธรรมเนียมประเพณีไทย มีความเสียสละ และมีความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับของสังคม

4) เรื่องการส่งเสริมจากภาครัฐ เป็นเรื่องที่จะเข้ามาด้วยความจริงจัง จริงใจในการเข้ามาดูแลของหน่วยงานภาครัฐ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พอสร้างเครือข่ายแล้วไม่ติดตามขยายผลอย่างต่อเนื่อง

5) เรื่องการจัดสรรผลประโยชน์ ยังขาดการบูรณาการเงินทุน งบประมาณในการจัดการ การระดมทุน และเวลาที่ตรงกัน

แนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1) สร้างจิตสำนึกให้รู้วัฒนธรรมของหมู่บ้าน เขตชุมชนอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ มีการจัดกิจกรรมให้ชุมชนได้สัมผัสชุมชน ได้รู้จักมารยาทสังคม รู้จักคุณค่าของวัฒนธรรม เพื่อให้คนในพื้นที่สามารถช่วยเหลือแนะนำการท่องเที่ยวด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส กับนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ สร้างจิตสำนึกให้ชุมชน และวางแผนวัฒนธรรม เรียนรู้เรื่องขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ จากผู้สูงอายุในท้องถิ่นนั้นๆ ส่งเสริมเยาวชนยุคใหม่ให้ซึมซับความรู้ ความเป็นไทยมากขึ้น ในเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี ปรับกลวิธีในการพัฒนาศักยภาพเด็กเยาวชนให้เรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมมากขึ้น

2) พัฒนาความรู้ จัดอบรมกับเครือข่าย โดยพัฒนาคน เรื่องบุคลิกภาพ ทักษะคิด เพื่อควรลดความเห็นแก่ตัว ไม่เห็นผลประโยชน์ของตัวเองมากเกินไป ให้คนไทยมีความสำคัญต่อกันและกันให้มากที่สุด ให้ความช่วยเหลือกันมากขึ้น เชิญผู้เกี่ยวข้องหลายองค์กรเข้าร่วมงานเพื่อสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง

- 3) ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนข้อมูลพื้นฐาน สร้างจุดแข็งของชุมชนให้เป็นรูปธรรม
- 4) การทำกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่ายควรมีความต่อเนื่อง และจริงจังเพื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้ ความภูมิใจในภูมิปัญญา และควรได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ ประชาชน นักท่องเที่ยว
- 5) ต้องหาวิธีให้ข่าวสารแก่ชุมชน เครือข่ายให้ทั่วถึง เพราะส่วนใหญ่ชุมชนจะไม่ค่อยทราบข่าว จะรู้เป็นการเฉพาะกลุ่มเท่านั้น
- 6) ภาครัฐควรมีจุดยืน หรือทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจน ให้ประชาชนมีส่วนร่วม และควรมีลงพื้นที่ ดึงผู้มีความรู้ เพราะการเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาร่วมทำงานให้ความเป็นไทยคงอยู่ตลอดไป ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาธุรกิจ และเครือข่าย สนับสนุนงบประมาณ ใช้จุดเด่นมองความเป็นไทย ทุกๆ คนเผ่า เป็นจุดขาย และรัฐบาลต้องช่วยเหลือสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ กระจายงบประมาณจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อฝึกฝนบุคลากรในท้องถิ่น
- 7) มีการส่งเสริมด้านผลผลิตของชุมชน เช่น หัตถกรรมไทย อาหารไทย เอกลักษณ์ไทย และควบคุมราคาสินค้าไม่ให้แพงเกินไป มีการพัฒนาเรื่องของร้านค้าในการให้บริการ เรื่องของราคาอาหารที่เป็นธรรม มีมาตรฐาน

3. เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน และทุกภาคส่วนต้องร่วมแรงร่วมใจกัน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก สร้างความสามัคคีที่เป็นหนึ่งเดียวกัน มีน้ำใจต่อกัน ช่วยเหลือกัน การเข้าใจในชุมชนและสภาพแวดล้อม เมื่อพิจารณาการเข้าร่วมเครือข่ายเกิดจากความเป็นชาติพันธุ์ การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นสมาคมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ ด้วยความเป็นพันธมิตรกันโดยมีการประชุม ทางสุพรรณบุรีมีการกินแซ่ และการทำกิจกรรม มีการเห็นประโยชน์ จากเครือข่ายที่ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ที่ดีโดยปากต่อปาก มีการแนะนำ ส่งต่อ ประโยชน์จากเครือข่ายที่ทำให้เกิดโอกาส จากภาครัฐ ชุมชน/สังคม และเอกชน ซึ่งถ้าเป็นเครือข่ายกันก็จะง่ายในการช่วยเหลือกันด้วยดี และเกิดความร่วมมือของเครือข่าย เป็นการทำงานร่วมกัน ช่วยเหลือกัน ให้กำลังใจแก่กันและกัน ในกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น งานบุญ งานกีฬา งานประจำปี และกิจกรรมต่างๆ ที่เครือข่ายจะดำเนินงานด้วยความร่วมมือ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องเน้นการส่งต่อสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ที่กิน ด้วยข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจากการช่วยเหลือกัน จึงควรมีแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วย 4 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1. การส่งเสริมการเรียนรู้เครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมการเรียนรู้เครือข่าย การพัฒนาคน ให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเรื่องนี้ถือเป็นโอกาสของเครือข่าย ที่จะดึงหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะสถาบันการศึกษาท้องถิ่นที่มีความรู้ความ

เข้าใจท้องถิ่นเป็นอย่างดีถึงประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิต สถาบันการศึกษาอื่นๆ ที่เป็นเครือข่ายกับท่าน เพื่อการพัฒนาคนดังนี้

(1) เรื่องทัศนคติที่มีต่อความเป็นคนไทยที่มีเมตตาพร้อมให้บริการที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(2) เรื่องผู้นำ ภาวะผู้นำ ของคนในชุมชน ที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(3) เรื่องการใช้ภาษาในการให้บริการด้วยใจที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(4) เรื่องกระบวนการให้บริการที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(5) เรื่องการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(6) เรื่องการประสานกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(7) เรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่กล่าวนั้นเป็นเพียงตัวอย่าง ซึ่งแต่ละชุมชนก็อาจจะมีปัญหา ความต้องการในการเรียนรู้ที่ต่างกันซึ่งประเด็นในการเรียนรู้จำเป็นต้องมีการระดมความคิดร่วมกันว่ามีปัญหาอะไร และจะพัฒนาอย่างไร แต่ในการพัฒนาคนต้องเน้นถึงการพัฒนาคุณค่าของคนตามหลักศาสนาต่างๆ หรือหลักธรรมในพระพุทธศาสนา อย่างการพัฒนาคนบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อการท่องเที่ยวควรพัฒนาตามหลักกัลยาณมิตร 7 ประการดังนี้

(1) มุ่งพัฒนาคนในเครือข่ายหรือผู้ให้บริการ มีความน่ารัก ซึ่งหมายถึงการมีเมตตา กรุณา ใส่ใจคนอื่น ๆ และประโยชน์สุข โดยเข้าถึงจิตใจและสร้างความสนิทสนมเป็นกันเอง

(2) พัฒนาคนในเครือข่ายหรือผู้ให้บริการ มีความน่าเคารพ หมายถึง เป็นคนหนักแน่น ยึดถือหลักการเป็นสำคัญ มีความประพฤติสมควรแก่ฐานะ ทำให้รู้สึกอบอุ่นใจและเป็นที่พักแก่ผู้อื่นได้

(3) พัฒนาคนในเครือข่ายหรือผู้ให้บริการ มีความน่าเจริญใจ หมายถึง เป็นคนมีความรู้จริง ทรงภูมิปัญญาแท้จริงหรือรู้จักหาความรู้ฝึกฝนปรับปรุงตนอยู่เสมอ ให้เป็นที่น่ายกย่องเป็นแบบอย่างให้แก่ผู้อื่น

(4) พัฒนาคนในเครือข่ายหรือผู้ให้บริการ มีการรู้จักพูดให้ได้ผล หมายถึง รู้จักชี้แจงให้เข้าใจ รู้ว่าเมื่อไรควรทำอะไร คอยให้คำแนะนำตักเตือนและเป็นທີ່ปรึกษาที่ดีแก่คนอื่น

(5) พัฒนาคนในเครือข่ายหรือผู้ให้บริการ มีความอดทนต่อถ้อยคำ หมายถึง พร้อมรับฟังคำปรึกษาตอบข้อซักถาม อดทนต่อคำล่วงเกิน คำตักเตือนและอดทนรับฟังปัญหาต่างๆ ด้วยจิตใจที่เมตตาอารมณ์ที่ดี

(6) คนในเครือข่ายหรือผู้ให้บริการ มีการแถลงเรื่องกล้าได้ หมายถึง กล่าวชี้แจงเรื่องต่างๆ ที่ยุ่งยากลึกซึ้งให้เข้าใจได้ง่าย หรือยกตัวอย่างให้เห็นตามความเป็นจริงตามธรรมชาติ

(7) พัฒนาคนในเครือข่ายหรือผู้ให้บริการ มีการชักนำแนะนำผู้อื่นให้ทำหรือปฏิบัติในสิ่งที่ดี หมายถึง ไม่ชักจูงไปในทางที่เสื่อมเสียหรือเรื่องเหลวไหล แต่ต้องชักจูงแนะนำเพื่อนมิตรไปในทางที่ดีมีคุณประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ ต้องทำให้เกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิด รักประเทศชาติ รักความสามัคคี ซึ่งต้องเรียนรู้ให้เข้าใจ ถึงจะเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน คนถึงจะเกิดจิตอาสาอย่างแท้จริง จะนำไปสู่การพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน

แนวทางที่ 2. การสร้างความร่วมมือเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ ถือเป็นเครือข่ายเป็นเรื่องที่สำคัญ คนในสังคมเดียวกันต้องรวมกัน ช่วยกัน ส่งเสริมสนับสนุนกัน การสร้างความร่วมมือที่ต้องเน้นให้ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันรับผลประโยชน์ และร่วมกันแก้ปัญหาผลกระทบ ถ้าจะพัฒนาให้เป็นผลดีสิ่งทีเครือข่ายต้องทำคือ

(1) ทุกคนในเครือข่ายมีสิทธิเท่าเทียมกัน มีความเป็นประชาธิปไตยที่ถูกต้อง มีหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีข้อกำหนด กฎระเบียบที่เหมาะสมจากความเห็นด้วยของทุกคนที่เกี่ยวข้อง

(2) มีการประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

(3) ทุกคนมีบทบาทเป็นผู้นำ และมีภาวะผู้นำที่พร้อมเป็นผู้ตามที่ดี

(4) ผู้ร่วมประชุมต้องมีอิสระเสรีในการแสดงความคิดเห็น

(5) ผู้ฟัง ควรฟังด้วยใจให้เกียรติกันและกัน

(6) ควรประชุมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าประชุม

(7) มีการจัดบันทึกการประชุม สรุปการประชุม

(8) มีการจัดกิจกรรมร่วมกันตามความเหมาะสม

ที่น่าเสนอไปนั้นเป็นเพียงตัวอย่าง ซึ่งแต่ละชุมชนเครือข่ายหรือสมาคมอาจจะมีอะไรมากกว่านี้หรืออะไรไม่ควรก็มีแล้วแต่ความเหมาะสม ตามความต้องการของเครือข่าย แต่ควรมีเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน

แนวทางที่ 3. การขับเคลื่อนเชื่อมโยงมิตรภาพเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนเครือข่าย เรื่องที่สำคัญของผู้เกี่ยวข้องที่ต้องทำให้เป็นกลางเป็นมิตร โดยมีแนวคิดว่าการขับเคลื่อนเป็นหน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่งหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของทุกคนที่ต้องสร้างกาลยามมิตร อันเป็นคุณธรรมสำหรับมิตรแท้ เพื่อนแท้ เพื่อนตายและเพื่อนที่คอยช่วยเหลือเพื่อนอย่างจริงใจโดยไม่หวังสิ่งใดตอบแทน ตลอดจนเป็นมิตรที่หวังดีต่อกันด้วยความจริงใจ ที่จะทำให้คนอื่นๆ หรือหน่วยงานอื่นๆ เกิดการพัฒนาดังนั้นการขับเคลื่อนเครือข่ายจึงควรปฏิบัติดังนี้

(1) สร้างเครือข่ายให้มีความสัมพันธ์เหมือนกับเป็นญาติพี่น้องเพื่อนสนิท ที่ต้องติดต่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยจะไม่ตัดสายสัมพันธ์ผู้อื่นเพราะเป็นคนไทยด้วยกัน

(2) คนสร้างเครือข่ายต้องทำใจด้วยการขับเคลื่อนเครือข่าย ไม่ใช่เป็นหน้าที่ของคนใดคนหนึ่ง หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของทุกคน ซึ่งหน่วยงานไหนทำกิจกรรมหน่วยงานนั้นจะเป็นผู้นำเครือข่าย หน่วยงานอื่นเป็นผู้ตาม เป็นผู้สนับสนุนส่งเสริมด้วยความปรารถนาดีและมีความจริงใจที่ดีต่อกัน

(3) เมื่อหน่วยงานมีการทำกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรม ถือเป็นงานบุญที่ควรบอกกล่าวพี่น้องเพื่อนๆ เครือข่ายให้รับรู้รับทราบ เพราะหน้าที่การขับเคลื่อนเครือข่ายผู้นำในการขับเคลื่อนกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรม ต้องแสวงหาโอกาสเพื่อการขับเคลื่อนเครือข่ายให้ได้มากที่สุดในการเชิญบอกบุญในหน่วยงานเครือข่ายที่รู้จักทั้งภาครัฐ เอกชน และสังคมที่มีความสัมพันธ์

(4) การขับเคลื่อนเครือข่ายต้องทำด้วยหลักพรหมวิหาร 4 คือ เมตตา กรุณา มุทิตา และ อุเบกขา ดังนั้นผู้รู้จักกันเป็นเหมือนญาติ พี่น้อง เพื่อน ที่ต้องมีความเมตตากรุณาต่อกัน มีการแจ้ง ข้อมูลข่าวสารหรือบอกบุญด้วยความเมตตากรุณาและมุทิตาแสดงความยินดีเมื่อพร้อม สะดวก หรือ ร่วมบุญในโอกาสต่างๆ และอุเบกขาในการวางใจเป็นกลางไม่ได้ร่วมเนื่องจากไม่พร้อมไม่สะดวกซึ่ง ต้องเกิดความเข้าใจกันในเครือข่าย

การขับเคลื่อนการเชื่อมโยงมิตรภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยของคนต่างจังหวัดจะเข้าใจถึง เรื่องบุญคุณที่ต้องทดแทนเกิดการช่วยเหลือกันตอบแทนกันด้วยความจริงใจ

แนวทางที่ 4. การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์เครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการ พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การส่งเสริมให้เกิดทางการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ เชิงรุก เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือ ไปสู่การขับเคลื่อนเครือข่าย จึงเป็นเรื่องที่สำคัญเหมือนกับการ เป็นญาติพี่น้องที่ต้องพอรู้อข้อมูลกันบ้าง สามารถบอกเรื่องราวๆ ไปได้ ดังนั้นแนวทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์เครือข่ายจะต้องประกอบด้วย

(1) ข้อมูลที่จะสื่อสารต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร ชุมชน / สังคม

(2) ข้อมูลที่จะสื่อสารประชาสัมพันธ์ต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง ครบถ้วน แน่นนอน ไม่สร้าง ผลกระทบต่อองค์กรและผู้สื่อสารประชาสัมพันธ์ต่อ

(3) มีการจัดระเบียบการสื่อสาร โดยทำความเข้าใจในเรื่องที่จะสื่อให้ชัดเจน มีการสื่อสาร วิธีการสื่อสารให้ชัดเจนตรงเหมาะสมกับเครือข่ายมากที่สุด มีการประเมินผลตรวจสอบข้อมูล ย้อนกลับจากสิ่งที่สื่อออกไปว่าเป็นอย่างไร

(4) รู้ขั้นตอนของการสื่อสาร มีความตั้งใจ ความเข้าใจ การยอมรับ และนำไปสู่การปฏิบัติให้ ตรงตาม เป้าหมายของการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพ

(5) ใช้การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ทุกทางที่เหมาะสม ซึ่งอาจหมายถึงการสื่อสารทางเดียวกับการ สื่อสารสองทางไปพร้อมๆ กันกับเครือข่าย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดความพอใจจาก การให้เกียรติ ยอมรับ เกิดความรู้สึกประทับใจ และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีของเครือข่ายในการทำงาน ในอนาคต

(6) มีการสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่าย เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี ด้วย การทักทายตามวาระโอกาสด้วยใจจริง

สรุปทดสอบสมมติฐาน แสดงระดับความสัมพันธ์มากที่สุดคือ ความสัมพันธ์ความไว้วางใจใน เครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมมี ความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.640$) รองลงคือ ความสัมพันธ์เศรษฐกิจกับเครือข่ายเพื่อ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.619$) ความสัมพันธ์ความร่วมมือในเรื่องความร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.581$) ความสัมพันธ์ความต้องการของคนใน สังคม/ชุมชนกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับปานกลาง ($r=.564$) และระดับความสัมพันธ์น้อยสุดคือ ความสัมพันธ์ผู้นำกับเครือข่ายเพื่อ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=.563$)

อภิปรายผล

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย

การศึกษาความหมาย “ความเป็นไทย” จากงานวิจัยพบว่า ความเป็นไทยคือ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และศิลป์ สอดคล้องกับ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2547 : 55) อธิบายถึง ความเป็นไทย คือคุณลักษณะที่แสดงออกถึงความภาคภูมิใจ เห็นคุณค่า ร่วมอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาไทย ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะและวัฒนธรรม การใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร มีความกตัญญูกตเวที ใช้ภาษาไทยในการสื่อสารอย่างถูกต้องเหมาะสม ถือเป็นทุนทางสังคมไทย ที่มีลักษณะพิเศษ คือ ชุมชนท้องถิ่นมีวัฒนธรรมแห่งการพึ่งพาอาศัย ผู้พันธ์ช่วยเหลือกัน และยอมรับประโยชน์ของส่วนรวมร่วมกันเป็นสำคัญ ส่วนมิ่งสรรพ ชาวสะอาด (2555 : 61) ได้กล่าวถึงความแตกต่างตามวิถีไทยอันงดงามด้วยวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ที่เป็นเครื่องมือกำกับความสัมพันธ์ในสังคมวัฒนธรรม เช่น ศิลปวัตถุและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่บรรพบุรุษไทยสรรค์สร้างมาจัดเป็นสิ่งที่เรียกว่าทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสมบัติของส่วนรวมหรือเป็นสมบัติสาธารณะที่ใครๆ ก็สามารถนำไปใช้ได้ แต่การนำไปใช้นั้นควรกระทำให้ ถูกต้องตามขนบธรรมเนียมประเพณี เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณค่าวัฒนธรรมไทย

ในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย จากภาพรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่า

ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน มีระดับความสำคัญมากและมีความสัมพันธ์ความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนกับเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงสุด คือ การดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน กับเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อย่างโดดเด่น ซึ่งถือเป็นทุนทางสังคม สอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552 : 31) ที่กล่าวถึง ทุนทางสังคมเป็นการพูดถึงความสัมพันธ์อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความสามัคคี ความเอื้ออาทรต่อกัน เกิดความไว้วางใจกัน และเกิดความร่วมมือในลักษณะกลุ่มทางสังคม สอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และคณะ. (2554) ที่พบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยเฉพาะการใช้ทุนภายในชุมชน สังคม ที่พิจารณาความสามารถพื้นฐานจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยเน้นการฟื้นฟูวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่นตามวัฒนธรรมสอดคล้องกับ อระนุช โกศล และ โชคชัย สุทธาเวช. (2556 : 227) ที่อธิบายถึง การจัดการทรัพยากรต้องรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนาที่มีความรับผิดชอบและเคารพต่อพื้นที่ทรัพยากรท่องเที่ยว

ด้านความพร้อมของสังคม อยู่ในระดับมากและมีความสัมพันธ์ความพร้อมในเรื่องความร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อลำดับสูงสุด คือ การดูแลขยะปฏิภูล และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และคณะ. (2554) ที่พบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึง ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยมี

การพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างพอดี สอดคล้องกับ ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไข ปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย. (2549 : 29-67) ที่อธิบายถึง แนวทางการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประเภทศิลปวัฒนธรรมเพื่อความยั่งยืน ต้องมีการดูแลรักษาความสะอาด ต้องสร้างความร่วมมือของผู้ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและชุมชนรวมถึงการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการรักษาความสะอาด จากความพร้อมของสถานที่และความสะอาดที่สังคมช่วยกันรักษา เพื่อสร้างความประทับใจในการ เยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11. (พ.ศ. 2555 – 2559) ที่อธิบายถึง การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน โดยสร้าง ความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ ผลักดันให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ โดยการฟื้นฟูและ พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ เกิดความสมดุลและยั่งยืน และเสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาและเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตและบริการที่ เกี่ยวเนื่อง(ราชกิจจานุเบกษา, 2554, น. 106 - 109) สอดคล้องกับ อรรถนุช โกศล และ โชคชัย สุทธาเวช. (2556 : 227) ที่อธิบายถึง การจัดการทรัพยากรระบบนิเวศทางธรรมชาติให้คงอยู่ ซึ่งเป็นรูปแบบการ พัฒนาที่มีความรับผิดชอบต่อและเคารพต่อพื้นที่ทรัพยากรท่องเที่ยว โดยเน้นการใช้ประโยชน์ตามแนว ทางการอนุรักษ์เพื่อไปสู่ความยั่งยืน

ด้านเศรษฐกิจชุมชน มีความสำคัญอยู่ในระดับมากและมีความสัมพันธ์เศรษฐกิจกับเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง เมื่อ พิจารณาพบว่า การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้ กับเรื่องการ ท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามพื้นที่ สอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และคณะ. (2554) ที่พบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึง ทูทางเศรษฐกิจที่ไม่ได้คิดถึงเรื่องกำไร แต่เป็นกำไรจากการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยว เกิดการสร้างควมสามัคคีและการแบ่งปัน แบ่งหน้าที่ความ รับผิดชอบ จากนั้นการที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือ

ด้านผู้นำเครือข่าย อยู่ในระดับมาก และมีความสัมพันธ์ผู้นำกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาสิ่งสำคัญ สูงสุดคือ การเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับ มณีนัย ทองอยู่. (2557 : 65) อธิบาย ถึง ผู้นำต้องมีความเป็นธรรม ทำงานด้วยใจ สอดคล้องกับ นิรชราภา ทองธรรมชาติ และศุภรดา ประภาวงศ์. (2556) ที่พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบ้านไผ่หูช้าง จังหวัด นครปฐม จำเป็นต้องมีการมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่น สอดคล้องกับ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ. (2557) ที่พบว่า บทบาทผู้นำในการสร้างความร่วมมือจากภายในและภายนอกมีผลต่อการพัฒนา บทบาทของเครือข่ายการท่องเที่ยว PTCC เพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมือง พัทยาเพื่อการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สอดคล้องกับ วรสุดา สุขารมณ. (2554) ที่ พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยที่จำเป็นในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ซึ่ง สามารถเป็นแนวทางในการส่งเสริมความร่วมมือ

ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย อยู่ในระดับมาก และมีความสัมพันธ์ ความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาสิ่งสำคัญสูงสุด คือ สมาชิกเครือข่ายควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกัน สอดคล้องกับ ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะ. (2553 : 41) อธิบายว่า การดำเนินการด้วยระบบเครือข่ายมีความจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐสามารถช่วยในเรื่องการพัฒนาสาธารณูปโภค การพัฒนา สภาพแวดล้อม การสร้างสรรค์สินค้าและบริการ ระบบภาษีและการช่วยเหลือทางการเงิน การอบรม ให้ความรู้ทั่วไปด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภาคเอกชนสามารถช่วยเหลือกันในเรื่อง การประชาสัมพันธ์ การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย และการแก้ปัญหาาร่วมกัน

เครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมไทยอยู่ในระดับมาก ในด้าน ความร่วมมือของเครือข่ายเรื่องส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาแต่ละพื้นที่ สอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และคณะ. (2554) ที่พบว่า การที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งแตกต่างกับ รชตะ ไชยเมือง. (2556) ที่พบว่า ความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโปรงแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ต้องมีกฎ ระเบียบ และแนวทางการปฏิบัติแก่สมาชิกที่ชัดเจน พร้อมกับมีการจัดตั้ง คณะทำงานหรือคณะกรรมการในการบริหารจัดการ เครือข่ายการท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุน งบประมาณจากหน่วยงานรัฐ มีการทำบัญชีของเครือข่ายการท่องเที่ยว และมีการจัดตั้งสำนักงานของ เครือข่ายการท่องเที่ยว ซึ่งมีการดำเนินการอย่างเป็นทางการ ซึ่งเหมาะกับเครือข่ายที่ได้รับการ สนับสนุนอย่างเป็นทางการเพราะต้องใช้งบประมาณ เป็นเรื่องที่ทำได้ยากจากสังคมไทย จากข้อมูล ที่ผู้วิจัยศึกษามามีความคิดเห็นว่าถ้าผู้เข้าร่วมเครือข่ายขาดจิตสำนึกที่แท้จริงเครือข่ายที่สร้างขึ้น อย่างเป็นทางการถ้าขาดการสนับสนุนเรื่องงบประมาณและการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องใน การทำกิจกรรมเชื่อมโยงที่อยากจะทำให้ยั่งยืน สอดคล้องกับ จามะรี เชียงทอง. (2549 : 160-161) อธิบายว่า เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ในการใช้ประโยชน์ของ ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ ไปสร้างความสัมพันธ์หรือเครือข่ายความสัมพันธ์เพิ่มเติมเพื่อประโยชน์ในการทำ กิจกรรม คนที่มีสถานภาพทางสังคมสูงมักสร้างเครือข่ายกับกลุ่มคนที่มีสถานภาพสูงเช่นเดียวกัน และ กลุ่มคนที่มีสถานภาพต่ำจะสร้างเครือข่ายกับคนที่มีสถานภาพสูงกว่าได้น้อยกว่าทุนทางสังคมจึง ต่างกัน

การสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เหตุผลเพราะ ความสนใจในเรื่อง ของชุมชน เพราะมีสถานะเป็นผู้นำชุมชน เป็นคณะกรรมการ และสมาชิกที่ต้องการส่งเสริมสนับสนุน กิจกรรมของชุมชนเรื่องการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ประเพณี สืบสานวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อให้ ชุมชนมีพลัง เกิดรายได้ในชุมชน สร้างสรรค์พัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้สังคมอยู่เย็นเป็นสุข มี เพื่อนเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประเภทร้านอาหาร โดยเคย แนะนำการส่งเสริมแนะนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เคยส่งเสริมแนะนำ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว คือธุรกิจประเภทร้านอาหาร และก็เคยได้รับการ ช่วยเหลือจากธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจประเภทที่พัก เคยแนะนำธุรกิจอื่นๆ คือธุรกิจ

ประเภทร้านอาหาร ให้มีการปรับปรุง แต่ก็ต้องการได้รับการส่งเสริมธุรกิจจากอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอื่น ประเภทธุรกิจที่ควรต้องการได้รับการส่งเสริมคือ ร้านอาหาร เรื่องที่ต้องการได้รับการช่วยเหลือจาก อบต./เทศบาล คือ เรื่องขยะ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และความสงบของประชาชน เงินทุน งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดทำป้ายชื่อถนน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว และแนะนำการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมสถานที่ให้คนรู้จักอย่างทั่วถึง รวมถึงการส่งเสริมเครือข่ายและความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับ อรรถนะ โกลด์ และ โชคชัย สุทธาเวศ. (2556) ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานราชการ องค์กร ภาคเอกชน เครือข่ายต่างๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในท้องถิ่นและการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นควบคู่กัน สอดคล้องกับ ถวิลวดี บุรีกุล, พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ และสตีร ธนานิธิโชติ. (2555 : 29) อธิบายถึง การส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนซึ่งถือได้ว่าการมีส่วนร่วม ของคนในสังคม ถือเป็นเรื่องสำคัญ การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการที่ประชาชนในสังคมผู้มีส่วนได้เสียได้มีโอกาสแสดงทัศนะ และเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อวิถีชีวิต สามารถนำไปประกอบการพิจารณา กำหนดเป็นนโยบายและการตัดสินใจของรัฐและผู้ที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับพระมหาสุทิตย์ อาภากร (อบอุ่น). (2548 : 36-46) อธิบายถึง เครือข่ายมีคุณค่าแห่งความสัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ ในสังคมที่มีสายใยของความสัมพันธ์ทางสังคม มีความเป็นเอกภาพ มีพลังความ ยืดหยุ่น และสนับสนุนเกื้อกูลกันและกัน คล้ายกับเทคโนโลยี ที่สายใย เชื่อมโยงความสัมพันธ์ และการสื่อสารของผู้คน ในสังคมโดยเทคโนโลยี จะมีบทบาทในการสร้างเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ เมื่อสมาชิก ในเครือข่ายมารวมตัวกันโดยไม่จำกัดเชื้อชาติ ศาสนา เผ่าพันธุ์ วัย และฐานะทางเศรษฐกิจ การรวมตัวอาจจะเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ คือเครือข่ายประชาสังคมที่เกิด ความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม มีการเคลื่อนไหวทางสังคมจะมีเครือข่ายโยงใย อย่างกว้างขวาง การมีเครือข่ายการท่องเที่ยวกับธุรกิจจึงมีความสำคัญ เพราะประโยชน์ในเรื่องรายได้ เพิ่มขึ้น จากเครือข่ายที่ช่วยแนะนำนักท่องเที่ยว จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่ม มีคนมาใช้บริการเพิ่มขึ้น ซึ่งเครือข่ายสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว และแนะนำข้อมูลที่รวดเร็ว ชัดเจน ช่วยส่งเสริม ช่วยสนับสนุนด้านธุรกิจให้ดี เป็นที่รู้จักมากขึ้น การช่วยเหลือกันทั้งด้านข้อมูล ศูนย์รวม การหารือถึงปัญหาต่างๆ และการเชื่อมโยง ก่อให้เกิดภาคร่วม เพิ่มเครือข่าย เพิ่มสมาชิกการใช้บริการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ทำให้เกิดความคิดเห็นในการเข้าร่วมเครือข่าย สอดคล้องกับ ประเวศ วะสี. (2544 : 28-33) ที่อธิบายถึง การสร้างความเข้มแข็งจึงต้องพัฒนาจากรากฐานรากของสังคมที่เป็น พื้นฐานของสังคมเข้มแข็งเรียกว่าเศรษฐกิจพื้นฐาน สังคมเข้มแข็งทำให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง เศรษฐกิจจะ เข้มแข็งยั่งยืนต้องทำให้สังคมเข้มแข็งการที่จะสร้างความเข้มแข็งต้องเข้าใจชุมชนที่เป็นรากฐานของ สังคม บริบทของสังคมสมัยใหม่ ความเป็นชุมชนอยู่ที่ความร่วมมือกันโดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการกระทำร่วมกัน และมีการเรียนรู้ร่วมกันในการทำงาน เป็นเครือข่ายซึ่งจะ ทำให้เกิดพลังของกลุ่มก้อนมากขึ้น ความคิดเห็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรให้เกิดความ ร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย และมีความคิดเห็นในการช่วยเหลือเครือข่ายหรือความ ร่วมมือทางการท่องเที่ยว เรื่องการช่วยเหลือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ พรรณี สวน

เพลง และคณะ. (2557 : 13) อธิบายถึง การมีกิจกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นความสนใจ
ควรมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ

2. ศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาค สังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า

ปัญหาเรื่องการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง การขนส่ง
สาธารณะไม่ทั่วถึง ไม่มีมาตรฐาน โดยเฉพาะเรื่องความสะดวก และความปลอดภัย การจัดการ
สุขอนามัยของสถานที่บางแห่งขาดการดูแลสถานที่เรื่องความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวก และ
เรื่องป้ายบอกชื่อถนนซอยเก่าชำรุดแตกหัก ไม่ชัดเจนไม่เพียงพอมีน้อย และสิ่งแวดล้อมยังไม่ดีพอ
จากอุตสาหกรรมหรือแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้านกลิ่น อากาศ ฝุ่นละออง และ
ทัศนียภาพ ขาดเอกลักษณ์ความโดดเด่นของสินค้า และบริการ รวมถึงขาดศูนย์อำนวยความสะดวก
ที่มีการรวบรวมข้อมูลเป็นหนึ่งเดียว ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว
ความสะดวกที่พัก ร้านอาหาร สอดคล้องกับ Iuliana POP and Marinela GHERES. (2013)
ทำการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจการท่องเที่ยวพื้นที่ชนบทในประเทศโรมาเนียและฮังการี สรุป
ได้ว่า ตัวแปรมีอิทธิพลกับนักท่องเที่ยวใหม่คือ พื้นที่ได้รับการยอมรับ การรับรอง โดยต้องมี
องค์ประกอบเรื่องสถานที่จอดรถ สนามเด็กเล่น และองค์ประกอบเรื่องค่าใช้จ่ายที่จะต้องจ่ายใน
ค่าอาหารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ส่วนADELAIDA CRISTINA HONYUS. (2013) ทำการศึกษา การ
วิเคราะห์การพัฒนาและการวางแผน Tourist Resort Herculane เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่
นี้ สรุปได้ว่า การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ จะต้องแน่ใจว่ามีการรวมตัวกันของพื้นที่
สถานที่ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นของประเทศและต่างประเทศ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผ่านที่พักที่
เหมาะสม มีโครงสร้างพื้นฐาน ทางธรรมชาติหรือที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โครงสร้างการท่องเที่ยวเรื่อง
ที่พักอาศัย

และปัญหาเรื่องการจัดการขาดการวางแผน การพัฒนา นโยบาย ความรู้ด้านเทคโนโลยี และ
แนวคิดสร้างสรรค์ ในการจัดการทรัพยากร และการจัดระบบการท่องเที่ยว รวมถึงขาดเรื่องความ
ร่วมมือภายในจังหวัดจากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง หรืออาจมีความขัดแย้งที่เป็นผลมาจากองค์กร
ภาครัฐเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน ขาดการบูรณาการร่วมกัน ที่จะ
ผลานให้เกิดการทำงานร่วมกัน จากการมีส่วนร่วมของทุกคนในชุมชน เพราะขาดการประสานงาน
เครือข่ายขาดการพัฒนาแบบใหม่ๆ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ขาดความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสาร
การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว และการใช้ความรู้ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วต่อเนื่อง และ ขาด
ความรู้ด้านการตลาด สอดคล้องกับ นิรชราภา ทองธรรมชาติ และศุภรดา ประภาวงศ์. (2556) ที่
พบปัญหาในแหล่งท่องเที่ยวคือ ขาดการสนับสนุนงบประมาณจากภาคท้องถิ่นและภาครัฐซึ่งเป็น
ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ขาดการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและภาคีเครือข่ายในการร่วมบริหารจัดการ
ท่องเที่ยวและขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง สอดคล้องกับ ทักษิณ ปิลวาสน์ และคณะ. (2556)
จากการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในเขต
สามเหลี่ยมอันดามัน ที่พบว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของประเทศไทย ยังไม่สามารถ
บูรณาการระหว่างภาคส่วนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และยังไม่มีการรวมตัวในการมีส่วนร่วมของ

ของชุมชนและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการ ขาดการวางแผนและขาดโครงการความร่วมมือกัน จึงควรสนับสนุนส่งเสริมภาคเอกชนและภาคประชาชนที่เป็นชุมชนท้องถิ่น ให้มีส่วนร่วมมากที่สุด เพื่อประโยชน์ของเศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับ วุฒิสภา สุนทรสมัย และคณะ. (2557) ที่พบว่า การพัฒนาบทบาทของเครือข่ายการท่องเที่ยว PTCC เพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเพื่อการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีปัญหาเรื่องทุนมนุษย์ที่แตกต่างกันตามบทบาทของวิสาหกิจในความสนใจเป็นสมาชิก ที่มีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนา

3. แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวทางที่ 1. การส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาคนเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมการเรียนรู้เครือข่าย การพัฒนาคนให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเรื่องนี้ถือเป็นโอกาสของเครือข่าย ที่จะดึงหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะสถาบันการศึกษาท้องถิ่นที่มีความรู้ความเข้าใจท้องถิ่นเป็นอย่างดีถึงประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตสถาบันการศึกษาอื่นๆ ที่เป็นเครือข่าย เพื่อการพัฒนาคน สอดคล้องกับ ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะ. (2553 : 41) อธิบายว่า การดำเนินการด้วยระบบเครือข่ายมีความจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐสามารถช่วยในเรื่องการพัฒนาสาธารณูปโภค การพัฒนาสภาพแวดล้อม การสร้างสรรคสินค้าและบริการ ระบบภาษีและการช่วยเหลือทางการเงิน การอบรมให้ความรู้ทั่วไปด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Lim Khong Chiu and Faculty. (2013) ทำการศึกษา ความจำเป็นที่ต้องเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของประเทศมาเลเซียและประเทศกำลังพัฒนา สรุปได้ว่า ประเทศมาเลเซียตระหนักถึงศักยภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวมากขึ้น ในการยอมรับความสำคัญของการทำความเข้าใจพฤติกรรม กับจิตวิทยาการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ วุฒิสภา สุนทรสมัย และคณะ. (2557) ที่พบว่า การพัฒนาบทบาทของเครือข่ายการท่องเที่ยว PTCC เพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเพื่อการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยรวมมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุตสาหกรรม ด้านการจัดการทั่วไป ด้านความสัมพันธ์ และด้านกลยุทธ์

แนวทางที่ 2. การสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือคือเครือข่ายเป็นเรื่องที่สำคัญ คนในสังคมเดียวกันต้องรวมกัน ช่วยกัน ส่งเสริมสนับสนุนกัน การสร้างความร่วมมือที่ต้องเน้นให้ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันรับผลประโยชน์ และร่วมกันแก้ปัญหารับผิดชอบต่อผลกระทบ ถ้าจะพัฒนาให้เป็นผลดี แต่ควรมีเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และคณะผู้วิจัย. (2554) ที่พบว่าการบริหารจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยเฉพาะการใช้ทุนภายในชุมชน 3 ด้านคือ 1. ด้านทุนทางสังคมที่ชุมชนพิจารณาความสามารถจากพื้นฐานตลอดจนการมีส่วนร่วมของคนในครอบครัวและชุมชนโดยเน้นการฟื้นฟูวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญา

ของท้องถิ่น และกำหนดระเบียบหรือข้อปฏิบัติของคนในชุมชนตามวัฒนธรรมที่ชัดเจน 2. ทูตทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยมีการพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างพอดีที่พิจารณาถึงคนรุ่นหลังในอนาคต 3. ทูตทางเศรษฐกิจที่ไม่ได้คิดถึงเรื่องกำไร แต่เป็นกำไรจากการพัฒนาความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยว เกิดการสร้างควมสามัคคี และการแบ่งปัน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือ

แนวทางที่ 3. การขับเคลื่อนเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวด้วยมิตรภาพเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนเครือข่าย เรื่องสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องต้องทำใจเป็นกลางและเป็นมิตรกับทุกคน โดยว่าการขับเคลื่อนเครือข่ายเป็นหน้าที่ของทุกคน มิใช่หน้าที่ของใคร คนใดคนหนึ่งหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง สอดคล้องกับ Xi Yu Leung. (2012) ทำการศึกษา การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมในรูปแบบการท่องเที่ยวของกรุงปักกิ่ง:ผลกระทบของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ผลการศึกษา สรุปได้ว่า การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความสนใจมากที่สุด ในสถานที่ท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่มีชื่อเสียงนักท่องเที่ยวมีการมีความสนใจและได้ไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ จากความร่วมมือระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น เมื่อเที่ยวที่นี้แล้วสามารถไปเที่ยวที่ไหนได้ต่ออย่างเป็นระบบเครือข่าย สอดคล้องกับนิรชราภา ทองธรรมชาติ และศุภรดา ประภาวงศ์. (2556) ที่พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนร่วมกับภาคีเครือข่าย การมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่น องค์กรท้องถิ่นและองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว

แนวทางที่ 4. การสื่อสาร ประสานผลประโยชน์ ประชาสัมพันธ์เครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การส่งเสริมให้เกิดทางการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือ ไปสู่การขับเคลื่อนเครือข่าย จึงเป็นเรื่องที่สำคัญเหมือนกับการเป็นญาติพี่น้องที่ต้องมีข้อมูล สอดคล้องกับ ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะ. (2553 : 41) อธิบายว่า การดำเนินการด้วยระบบเครือข่ายสามารถช่วยเหลือกันในเรื่องการประชาสัมพันธ์ การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย และการแก้ปัญหาาร่วมกัน ส่วน Xi Yu Leung. (2012) อธิบายว่าระบบเครือข่ายทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดการขยายตัวของพื้นที่ที่เข้ามาเยี่ยมชมหลักการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในช่วงการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกต่างๆ สอดคล้องกับ นิรชราภา ทองธรรมชาติ และศุภรดา ประภาวงศ์. (2556) ที่พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของบ้านไผ่หู่ช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนร่วมกับภาคีเครือข่าย ในเรื่องการจัดสรรงบประมาณการบริหารจัดการท่องเที่ยว ด้านการทำตลาด และทำการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ วรสุดา สุขารมณ. (2554) พบว่า ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ที่ต้องมีแนวทางการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่จำเป็นในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งสามารถเป็นแนวทางในการส่งเสริมความร่วมมือ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ระดับคือ ข้อเสนอแนะระดับนโยบายและข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือนอกของเครือข่ายที่มีระดับความสำคัญสูงสุดคือ ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน ในเรื่องการดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น, ด้านเศรษฐกิจชุมชน ในเรื่องการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้ กับ การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ, ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่าย ในเรื่องสมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกันและกัน, ด้านผู้นำเครือข่าย ในเรื่องการเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ, ด้านความพร้อมของสังคมในเรื่องการดูแลขยะปฏิภูลและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว มีความสำคัญที่ต้องปรับปรุง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับจังหวัด ควรทำแผนยุทธศาสตร์ ส่งเสริมสร้างเครือข่ายบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ท้องถิ่นของจังหวัดและส่งเสริมความร่วมมือเครือข่ายข้ามจังหวัดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัญหาเรื่องคน ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการให้บริการขาดความรู้ ความเข้าใจในระบบงานบริการ และการใช้ภาษาที่เหมาะสม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับจังหวัด เร่งรัดสนับสนุนการพัฒนาการเรียนรู้ของคนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หรือส่งเสริมให้หน่วยงานสถาบันการศึกษาจัดทำหลักสูตรพัฒนาผู้นำเครือข่ายบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรมีแนวทางการสร้างเครือข่ายด้วย 4 แนวทาง คือการส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างความร่วมมือ มีการขับเคลื่อน และการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เครือข่าย ดังนั้นหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ควรเร่งรัด ส่งเสริม และสนับสนุน อย่างมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับการพัฒนาคนให้เกิดการเรียนรู้ พัฒนาความร่วมมือ พัฒนาการขับเคลื่อน และพัฒนาการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ จากโอกาสเครือข่ายด้วยกันหรือผู้ที่เกี่ยวข้องระดับจังหวัดด้านการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา รวมถึงการเพิ่มโอกาสในแหล่งท่องเที่ยวตามแนวทางการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ

2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือนอกของเครือข่ายที่มีระดับความสำคัญต่ำสุดคือด้านความพร้อมของสังคมในเรื่องการดูแลขยะปฏิภูลและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและท้องถิ่นควรมีการประชุมวิเคราะห์หาปัญหา เพื่อแก้ปัญหาโดยการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้นำชุมชนควรได้พัฒนาให้มีภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ทักษะคิดที่พร้อมพัฒนาท้องถิ่น และเป็นผู้นำตามแบบเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคนเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดควรมีการอบรมพัฒนาหรือทำแผนเพื่อส่งเสริมงบประมาณการสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. จากผลการวิจัยที่พบ การสร้างเครือข่ายส่วนมากจะไม่ค่อยได้ทำกิจกรรมร่วมกันขาดผู้นำเครือข่าย ดังนั้นงานวิจัยนี้มีแนวทางที่ชัดเจนว่าทุกท่านเป็นผู้นำเครือข่ายในการทำกิจกรรมของท่านเองดังนั้นท่านจึงต้องมีหน้าที่ขับเคลื่อนเครือข่ายโดยไม่ต้องรอหน่วยงานอื่น เมื่อท่านทำแล้วอาจจะไปสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับระดับจังหวัดก็จะเกิดการสนับสนุนส่งเสริมกันตามโอกาสซึ่งเรื่องนี้จะเกิดการสื่อสารประชาสัมพันธ์กันได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการขับเคลื่อนเครือข่ายที่เป็นเลิศ (Best Practice) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีการพัฒนาการเรียนรู้ สร้างความร่วมมือ มีการขับเคลื่อน และมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสมกับชุมชน

2. ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงส่งเสริมกันในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง

3. ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

4. ควรมีการศึกษาขับเคลื่อนเครือข่ายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวรรณคดีกับพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุพรรณบุรี

5. ควรมีการวิจัยรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนที่เชื่อมโยงชาติพันธุ์กับสินค้าท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กิตติพัฒน์ นนทปัทมคุลย์. (2553). *ทฤษฎีสังคมสงเคราะห์ร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรมศิลปากร. (2554). *ภูมิแผ่นดินมรดกไทย : พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับการเสด็จพระราชดำเนินแหล่งมรดกไทย*. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560” สืบค้นเมื่อ 2560, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก:
http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). “เพชรบุรี” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก:
<http://www.dooasia.com/thai-travel-guide/phetchaburi.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). “สุพรรณบุรี” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก: <http://www.dooasia.com/thai-travel-guide/suphanburi.pdf>
- โกวิทย์ พวงงาม. (2556). *ถอดรหัส 3 การพัฒนา : ชุมชน สังคม ท้องถิ่น การเมือง ประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ : เสมาธรรม.
- โกเมน กันตวธีระ, อารีย์ นัยพินิจ และ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2556). “ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเมืองขอนแก่น การประชุมมหาดใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 4 วันที่ 10 พฤษภาคม 2556” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก:
http://www.hu.ac.th/conference2013/Proceedings2013/pdf/Book2/Describe2/5_20-23.pdf
- เกียรติประวัติ ธนรัฐลือสกล. (2551). *ประวัติศาสตร์ไทย 76 จังหวัด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยควอลิตี้บุ๊กส์.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ฉนรุจ มิ่งเมธาพร. (ม.ป.ป.). “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวโดยชุมชน” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก:
<http://www.slideshare.net/fullscreen/blackstarshooter99/6-2-37113480/9>
- จามะรี เชียงทอง (2549). *สังคมวิทยาการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2557). *วัฒนธรรมไทยกับขบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2550). *แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทสังคมต่าง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สร้างสรรค์.
- ชนิดา ศักดิ์ศิริสัมพันธ์. (บรรณาธิการ). (2548). *ท่องเที่ยวไทย. หน้าต่างสู่โลกกว้าง: ท่องเที่ยวไทย ฉบับพิมพ์ครั้งแรกภาคภาษาไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หน้าต่างแห่งโลกกว้าง.
- ชินสัคค สุวรรณอัจฉริย. (2549). *เครือข่ายทางสังคม*. มหาสารคาม: อภิชาติการพิมพ์.

- ชาญโชติ ชมพูนุช. (2555). “การพัฒนาธุรกิจ Hospitality ในภาคบริการท่องเที่ยว” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก:<https://www.gotoknow.org/posts/478069>
- จิรัชญา มณีเนตร. (2553). *ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ฐิติกร สังข์แก้ว และอรรณสิทธิ์ พานแก้ว. (ม.ป.ป.). “ค่านิยม 12 ประการ ฐานข้อมูลการเมืองการปกครอง สถาบันพระปกเกล้า” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก: http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=%E0%B8%84%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%A2%E0%B8%A1_12_%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3
- ถวิลวดี บุรีกุล, พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ และสติธร ธนานิธิโชติ. (2555). *เพิ่มพลังพลเมืองเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทย*. นนทบุรี : เอ. พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- ทักษิณ ปิลวาสน์ และคณะ. (2556). “ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก: <http://www.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/15107/13855>
- ธีรยุทธ บุญมี. (2547). *ประชาสังคม*. กรุงเทพฯ: เดือนตุลา.
- ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ และจวีร์วรรณ จันพลา. (2556). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครปฐม*. นครปฐม: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2555). *เอกสารคำสอน การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา*. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรินทร์ สังข์รักษา ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และผกาภาศ พะวงษ์. (2557). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ การพัฒนารูปแบบขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มทราวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน*. นครปฐม: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรินทร์ สังข์รักษา และธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ. (2553). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ถอดบทเรียน กระบวนการเรียนรู้เชิงบูรณาการกิจกรรมทางเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสังคมอยู่เย็นเป็นสุขในจังหวัดราชบุรี*. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2556). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศิลปวัฒนธรรมในอู่อารยธรรม จังหวัดราชบุรี*. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิรชราภา ทองธรรมชาติ และศุภรดา ประภาวงศ์. (2556). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบ้านไผ่หู่ช้าง จังหวัดนครปฐม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นิตา ชัชกุล. (2555). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวงพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). *การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุษบา สิทธิการ. (2558). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ*. เชียงใหม่: สันติภาพแพ็คพริ้นท์.
- บังอร โสฬส (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*. กรุงเทพฯ: เอ็ม เอ็น คอมพิวเตอร์ จำกัด.
- ประเวศ วะสี. (2544). *เศรษฐกิจพอเพียงและประชาสังคม แนวทางพลิกฟื้นเศรษฐกิจสังคม*. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
- พระมหาสุทิตย์ อากาศโร (อบอุ้น). (2548). *เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พิสิษฐ์ ไทย ออฟเซต.
- พระไพศาล วิสาโล. (2542) “เป็นไทยอย่างไรในโลกสากล” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก: <http://www.visalo.org/article/healthPenThai.htm>
- พรณี สวนเพลง และคณะ. (2557). “แผนยุทธศาสตร์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย” กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.).
- พิจาริณี โลชัยยะกุล. (ม.ป.ป.). “ความสำคัญของการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก: <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2012/menu-2012-apr-ju/49-22555-travel>
- พลเดช ปิ่นประทีป. (2556). “การสร้างและบริหารเครือข่ายในยุคปัจจุบัน” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก: http://www.ldinet.org/2008/index.php?option=com_content&task=view&id=768&Itemid=32
- โพสต์ทูเดย์ ทีมงานโลก 360 องศา. (2558). “ความเป็นไทยมีคุณค่า และสร้างมูลค่าได้ในต่างประเทศ” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก: <http://www.posttoday.com/travel/world/358669>
- ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และคณะ. (2553). *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ระบบนวัตกรรมรายสาขา เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- มณีนมัย ทองอยู่. (2557). *แนวคิดทฤษฎีทางสังคมวิทยาว่าด้วยขบวนการทางสังคม*. ขอนแก่น: ศูนย์วิจัยพหุลักษณะสังคมลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2555). *การท่องเที่ยวไทย จากนโยบายสู่รากหญ้า* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. (2553). *วิถีไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- โยธิน แสงดี. (2558). *ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม*. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, สืบค้นเมื่อ 2558, พฤษภาคม 20, เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaivbd.org/n/researchs/download/238>

- รชตะ ไชยเมือง. (2556). *ความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโปร่งแยง อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาการพัฒนาการท่องเที่ยว.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2555). *ตามรอยพระบาท เสด็จ อยุธยา*. กรุงเทพฯ: ศรีเอทมายด์.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2554). เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559). สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก:
<http://www.senate.go.th/w3c/senate/pictures/comm/55/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%20%E0%B8%89.%62011.pdf>
- วรรณดี สุทธินรากร. (2556). *การวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยในกระบวนการทัศน์ทางเลือก*. กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- วีระพล ทองมา และคณะผู้วิจัย. (2554). *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2553). *ถาเสียงของประชาชนจะมีความหมายในการจัดทำงบประมาณของ อบต.?* กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ. (2557). *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ การพัฒนาบทบาทของเครือข่ายการท่องเที่ยว PTCC เพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเพื่อการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- วรสุดา สุขารมณ. (2554). *ความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย*. (ปริญญาคุชฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. รัฐประศาสนศาสตร์.
- วันชัย วัฒนศัพท์ และถวิลวดี บุรีกุล. (2555). *คู่มือการประชาสัมพันธ์ทางออก : ทางออกที่เราต้องร่วมกันเลือกอนาคตประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย. (2549). *แนวทางการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: แสงสว่างเวิลด์เพรส.
- สถาบันพระปกเกล้า. (2556). *การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาและงบประมาณสำหรับท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: เอ.พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). *ทฤษฎีสังคมวิทยา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2536). *สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีกับงานพัฒนา* (งานวิจัยลำดับที่ 32). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (มปป.). “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11. (พ.ศ. 2555 - 2559)” สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก: http://www2.oae.go.th/EVA/download/Plan/SummaryPlan11_thai.pdf

- เสรี พงศ์พิศ. (2548). *ฐานคิดจากแม่บทลัทธิวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.
- เสรี พงศ์พิศ. (2555). *แผนที่ชีวิต เข้มทิศชุมชน*. กรุงเทพฯ : พลังปัญญา.
- อดิศร ศักดิ์สูง. (2554). *ประวัติศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.
- อรรณูช โกลล และโชคชัย สุทธาเวศ. (2556). “การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” *วารสารการเมืองการปกครอง ประเด็นปัญหาปัจจุบันในอาเซียน*, ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 กันยายน 2556 – กุมภาพันธ์ 2557 หน้า 200, 227.
- อเนก เหล่าธรรมทัศน์. (2554). *ตะวันออก-ตะวันตก ใครสร้างโลกสมัยใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มติชน.
- อำไพ หมื่นสิทธิ์ (2553). *มนุษย์กับสังคม*. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ลกรุ๊ป.
- DPlus Guide Team. (2556). *ฮอกไกโด เล่มเดียวเที่ยวได้ทั้งปี*. กรุงเทพฯ : โปริวิชั่น.
- Painaidii. (2559). *ที่เที่ยวสุพรรณบุรี-10 ที่เที่ยวเมืองต้องห้ามพลาด Plus สุพรรณบุรี ปางอังกาบกลางทะเลหมอกใกล้กรุง*, สืบค้นเมื่อ 2559, กุมภาพันธ์ 17, เข้าถึงได้จาก:
<http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/000487/lang/th/>

บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Aronson, L. (2000). *The Development of Sustainable Tourism*. London: Bath Press. Atlanta, Georgia State University Press.
- Micheal, J. H. (1999). *Community-Based Tourism in the Asia-Pacific*. Humber College. Ontario, Canada.
- World Tourism Organization. (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- Iuliana, P. & Marinela, G. (2013). Tourist satisfaction in rural areas- a comparative study on rural areas from Romania and Hungary. *Proceedings of the International Conference Marketing - from Information to Decision, Nov2013, Vol. 6, 223-235*. 13p.
- Hontus, A. C. (2013). Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I. *Management Agricol Oct2013, Vol. 15 Issue 4, 1-10*. 10p.
- Chiu, L. K., Dzakiria, H., Kasim, A., Scarlat, C. (2013). Analyzing main obstacles of tourism development in tourism Axes in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad – Iran. *Advances in Business-Related Scientific Research Journal, Jan2013, Vol. 4 Issue 1, 85-97*. 13p.
- Leung, X. Y., Wang, F., Wu, B., Bai B., Stahura, K. A., Xie, Z. (2011). A Social Network Analysis of Overseas Tourist Movement Patterns in Beijing: the Impact of the Olympic Games. *International Journal of Tourism Research. Sep/Oct2011, Vol. 14 Issue 5, 469-484*. 16p. DOI: 10.1002/jtr.876

- Wan, Y. K. P. & Chan, S. H. J. (2013). Factors that Affect the Levels of Tourists' Satisfaction and Loyalty towards Food Festivals: a Case Study of Macau. *International Journal of Tourism Research*, May/Jun2013, Vol. 15 Issue 3, 226-240. 15p. DOI: 10.1002/jtr.1863
- Haugland, A. S., Ness, H., Gronseth, O. B., Aerstad, J. (2011). Development of tourism destinations: An Integrated Multilevel Perspective. *Annals of Tourism Research*, 38 (1), 268–290.
- Hinkle, D.E, William, W. & Stephen G. J. (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences*. 4th ed. New York: Houghton Mifflin.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้ข้อมูล และผู้เข้าร่วมเสวนา

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมืองานวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนรัตน์ แต้ววัฒนา รักษาการแทนผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวางแผนและประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
3. ดร.สาระ มีผลกิจ อาจารย์ประจำโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

รายชื่อผู้ให้ข้อมูล จังหวัดเพชรบุรี

1. พระอธิการศราวุธ สุทนต์ เจ้าอาวาสวัดกำแพงแลง เจ้าอาวาสวัดกำแพงแลง จังหวัดเพชรบุรี
2. นายประธาน สังกว ผู้อำนวยการศูนย์ฝึกอบรมที่ 3 ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
3. คุณจุฑารัตน์ ตั้งพาณิชย์ ผจก. ร้านข้าวตังสุคันธา จังหวัดเพชรบุรี
4. นายอัศวิน เทพาสิต ผอ. ททท. สำนักงานเพชรบุรี
5. นายศานติ อรรถวรรณ ผอ. ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเพชรบุรี
6. ลุงถนอม ภูเงิน ดงตาลบ้านลาดเพชรบุรี
7. นาย สุพจน์ กลิ่นพ่วง ประธานกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียงตำบลช่องแค จังหวัดเพชรบุรี
8. ประจักษ์ วัฒนะกุล สาธารณสุข จังหวัดเพชรบุรี
9. นายสุวัช วรรณทิพนิต ผู้ประกอบการร้านกาแฟแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี
10. นายวสันต์ กิตติกุล นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จ.เพชรบุรี
11. นัคม ชูสกุล ท่องเที่ยวเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
12. ผศ.ดร.เสนาะ กลิ่นงาม รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
13. นางถนอม คงยิ้มละมัย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเพชรบุรี
14. นลินรัตน์ คำปุย ไทยพวนแบรนด์มาตามลันทมขาว มาดปลาเค้า อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี
15. นางสาวประภาพรณ ศรีสุข ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนครศรีวี(เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี

รายชื่อผู้ให้ข้อมูล จังหวัดสุพรรณบุรี

1. พระครูโสภณวรีรานูวัตร ผู้ช่วยเจ้าอาวาส วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. นายบุญชู จันทร์สุวรรณ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี
3. นายเอกพันธุ์ อินทร์ใจเอื้อ นายกเทศมนตรีเมืองสุพรรณบุรี
4. นางดวงใจ คุ่มสอาด ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี
5. นายสมจินต์ ชาญกระเป๋ ผู้จัดการพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
6. คุณวิเชียร กัมพรตันชัย นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี
7. นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)
8. นายโสภณ พันธุ์ บ้านสวนแผ่นดินแม่ ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
9. นายมานิตย์ บัวทอง ผู้บริหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี
10. นาย ธนกฤต แต่งโสภณ สุพรรณนิวส์ เคเบิลทีวี จังหวัดสุพรรณบุรี
11. นางขวัญยืน ทองคอนจุย ลาวโห่ง ต. ดอนมะนาว อ. สองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
12. คุณกาญจนาลักษณ์ ภาเรือง กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองโบราณลาวซี-ลาวครั่ง บ้านทุ่งก้านเหลือง จังหวัดสุพรรณบุรี
13. คุณนัฐการ จัดการดี พิพิธภัณฑชาตียมุสสถาน ป.อ.ปยุตโต มูลนิธิบ้านเกิดท่านเจ้าคุณศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี
14. คุณอรุณรักษ์ อ่อนวิมล ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ นิ่มเกิดผล วิทยาเขตสุพรรณบุรี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

รายชื่อผู้เข้าร่วมการเสวนา

การเสวนาทางวิชาการจากส่วนงานราชการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจากสถาบันการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจากจังหวัดสุพรรณบุรี เพชรบุรี ดังนี้

1. นายสันติ อรรถวัลย์ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเพชรบุรี
2. นายอัศวินทิพย์ เทพาสีทธิ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพชรบุรี
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญส่ง รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
4. ผู้แทนเครือข่าย จังหวัดเพชรบุรี คุณอุดมเดช เกศเกล้า
5. ผู้แทนเครือข่าย จังหวัดสุพรรณบุรี คุณโสภณ พันธุ์

รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็น
 ประเด็น “การส่งเสริมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี”
 ในวันอังคาร ที่ ๖ กันยายน ๒๕๕๙ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.
 ณ หอประชุมภูมิแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน	ลายมือชื่อ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
๑	ผอ.อภิศร์ ภัทพวงษ์	ประธานเครือข่ายธุรกิจ Biz Club จังหวัดเพชรบุรี		091-7757560	
๒	ดร.กริณีย์ สุทธารมย์	โรงแรม ไดมอนด์เพชรบุรี			
๓	คุณพรชัย คุ้มมี	ประธานกรรมการสหกรณ์บริการ สินค้าเกษตรอินทรีย์เพชรบุรี จำกัด	พรชัย	082-2928815	
๔	คุณอุดมเดช เกตุแก้ว				
๕		ประธานชมรมธุรกิจการท่องเที่ยว แก่งกระจาน-ลุ่มน้ำเพชรบุรี			
๖		ผู้จัดการร้านสุคันธา			
๗	อาจารย์ถนอม คงยิ้มละมัย	พิพิธภัณฑสถานถนอม	น.ส.ถนอม (ถนอม) (1176)		
๘	คุณนลินรัตน์ คำปุย	ไทยพวน			
๙	คุณลุงถนอม สวนตาล				
๑๐	คุณกิตติพงษ์ พึ่งแดง			097-2925887	
๑๑	คุณจรรยา นวลพลอย	ปราชญ์ชะอำ			
๑๒	คุณเกียรติศักดิ์ กล่อมสกุล	ชมรมอนุรักษ์แม่น้ำเพชร			
๑๓	คุณเกรียงศักดิ์ กล่อมสกุล	ยายกับตา			

รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็น
ประเด็น "การส่งเสริมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี"
ในวันอังคาร ที่ ๖ กันยายน ๒๕๕๙ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.
ณ หอประชุมภูมิแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
๑	อัครวิทย์ ทนตัน	ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเพชรบุรี			
๒	นายสุวิทย์ ชัยนาม	ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดเพชรบุรี(สทท.)			
๓	นายประจักษ์ วัฒนสกุล	นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดเพชรบุรี			
๔		วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี			
๕		หัวหน้าฝ่ายบริการและเผยแพร่ วิชาการ (งานประชาสัมพันธ์และการ ท่องเที่ยว) เทศบาลจังหวัดเพชรบุรี			
๖		หัวหน้าสำนักงานจังหวัดเพชรบุรี			
๗	นายอัครวิทย์ ชัยนาม	ประธานหอการค้าจังหวัดเพชรบุรี (ททช.)		091-7757560	
๘		อุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรี			
๙		ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์พระนครคีรี			
๑๐	นายสุรเวช ตีมาภ	ประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี		092-2965200	
๑๑		ผู้อำนวยการโครงการสวนสมเด็จพระ ศรีนครินทร์ราชบรมาชนนี			
๑๒	นายประธาน สังวร	ผู้อำนวยการศูนย์ฝึกอบรมที่ ๓ ชะอำ		081-8587227	
๑๓	นางอัครวิทย์ ทนตัน			062-9616925	
1	นายอัครวิทย์ ๗๑๑๐	081-๖๖๖๖๖๖		086-6053123	

รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็น
 ประเด็น “การส่งเสริมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี”
 ในวันอังคาร ที่ ๖ กันยายน ๒๕๕๙ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.
 ณ หอประชุมภูมิแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
๑	รศ.ดร.กาญจนา บุญส่ง	มรภ.เพชรบุรี			
๒	อาจารย์ ดร.กฤษดา ตั้งขวาล	มรภ.เพชรบุรี			
๓	อาจารย์แสนประเสริฐ ปานเนียม	มรภ.เพชรบุรี			
๔	อาจารย์ ดร.นวรรตน์ ประทุมตา	มรภ.เพชรบุรี			
๕	นางสาวชนานุช เงินทอง	มรภ.เพชรบุรี			
๖	อาจารย์ณัฐกานต์ ปะพาน	มรภ.เพชรบุรี			
๗	อาจารย์ลัดดา สุคนธวัฒน์	มรภ.เพชรบุรี			
๘	อาจารย์อารี น้อยสำราญ	มรภ.เพชรบุรี			
๙	อาจารย์ณปภา หอมหวล	มรภ.เพชรบุรี			
๑๐	ผศ.สมพร ประกอบชาติ	มรภ.เพชรบุรี			
๑๑	ทวีพงษ์ ชื่นนิภา	บัณฑิตวิทยาลัย มรภ.เพชรบุรี			
๑๒					

รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็น
 ประเด็น “การส่งเสริมเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี”
 ในวันอังคาร ที่ ๖ กันยายน ๒๕๕๙ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.
 ณ หอประชุมภูมิแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน	ลายมือชื่อ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
๑๔	คุณสุพจน์ กลิ่นพ่วง	วิสาหกิจชุมชน		๐๘๐ ๖๐๓ ๖๘๑ ๒	
๑๕		เจ้าอาวาสวัดกำแพงแลง			
๑๖	คุณวสันต์ กิตติกุล				

รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็น
ประเด็น "แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทย
ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในจังหวัดสุพรรณบุรี"
วันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๕๙ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐
ณ ห้องประชุมแปดเหลี่ยม ชั้น ๒ อาคารสวนแก้ว ๒ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน	ลายมือชื่อ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
๑.	พระครูโสภณวชิราวุฒิ์	วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร		092-5909595	
๒.	ดร. ณัฏฐ์ วัฒนศิริ	วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร		089-5508249	
๓.	นาง อรุณรัตน์ วัฒนศิริ	องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี		087-1031600 085-2648836	
๔.	นาง อรุณรัตน์ วัฒนศิริ	องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี		085-2648836	
๕.	นางกรวิมล วัฒนศิริ	(ทท.) นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี		092-3985941	
๖.		เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี			
๗.	นางสาว รุ่งโรจน์ วัฒนศิริ	การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี		086-4965516	
๘.		การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี			
๙.	ดร. อรุณรัตน์ วัฒนศิริ	ทท. สุพรรณบุรี		082-486-3449	
๑๐.		ทท. สุพรรณบุรี			
๑๑.	นาง อรุณรัตน์ วัฒนศิริ	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี		0785519199	
๑๒.		สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี			
๑๓.	นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียไช้)		081 8570577	
๑๔.		ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียไช้)			
๑๕.	นางสาว อรุณรัตน์ วัฒนศิริ	นักวิจัย			
๑๖.	นางสาว อรุณรัตน์ วัฒนศิริ	นักวิจัย			

รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็น
 ประเด็น "แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทย
 ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในจังหวัดสุพรรณบุรี"
 วันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๕๙ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐
 ณ ห้องประชุมแปดเหลี่ยม ชั้น ๒ อาคารสวนแก้ว ๒ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน	ลายมือชื่อ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
๑.	นางขวัญยืน ทองคอนจู	กลุ่มชาติพันธุ์		๐๙๕-๐๒๙๑๖๙๙	
๒.	น.ส.จิรายุณี ทองเปลือ	กลุ่มชาติพันธุ์		๐๙๓-๑๒๙๔๕๙๙	
๓.	คุณกาญจนาลักษณ์ ภาเรือง	กลุ่มผ้าทอพื้นเมือง โบราณลาวซี-ลาวครั่ง บ้านทุ่งก้านเหลือง			
๔.		กลุ่มผ้าทอพื้นเมือง โบราณลาวซี-ลาวครั่ง บ้านทุ่งก้านเหลือง			
๕.	นาย ธนฤต แดงโสภาค	สุพรรณนิวส์ เคเบิลทีวี		๐๕๕-๙๙๖๔๔๑	
๖.		สื่อมวลชน			
๗.	วิมลรัตน์ นิลิน	บ้านสวนแผ่นดินแม่		๐๙๐-๐๙๓-๙๓๕๙	
๘.		บ้านสวนแผ่นดินแม่			
๙.		พื้นที่พิเศษเมืองโบราณ อุทอง			
๑๐.	นาง สุภัตรา กานต์ชยกุล	พื้นที่พิเศษเมืองโบราณ อุทอง		๐๘๕-๕๙๖๙๑๙๙	
๑๑.	นายพรหมศักดิ์ กานต์ชยกุล			๐๘๔-๘๐๑๖๖๙	
๑๒.	นางสาวอัญญา นิลิน			๐๘๒-๕๙๖๖๓๐๖	
๑๓.	นางสาวอัญญา นิลิน			๐๖๓-๒๐๙๓๒๐	
๑๔.	นางสาวอัญญา นิลิน	ศทท. ๑ (พ.ท.)		๐๕๙-๘๙๕-๒๖๓๕	
๑๕.	นางสาวอัญญา นิลิน			๐๙๑-๗๖๓๙๒๓๐	
๑๖.	นาง นลภ สิริรัตน์			๐๘๗-๐๗๑๒๘๕๕	
๑๗.	นาง อัญญา นิลิน			๐๘๕๙๕๕๙๓๖๐	
๑๘.	นาง อัญญา นิลิน			๐๘๐๐๙๗๐๘๖	
	นาง อัญญา นิลิน			๐๘๐-๕๕๙๗๕๙	
	นาง อัญญา นิลิน				
	นาง อัญญา นิลิน			๐๘๙๕๖๘/๒๙	

รายชื่อผู้เข้าร่วมงาน
 โครงการ แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคม
 บนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 วันที่ 5 ตุลาคม 2559 เวลา 9.00 - 16.00
 ณ ห้องประชุมสีทราย 1 ชั้น 3 โรงแรมลองบีชชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน	ลายมือชื่อ	
			9.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
1	ไพจิตร พินิจ	รองคณบดีฝ่ายบริหาร วิทยาลัยเทคโนโลยี-วิทยา การคอมพิวเตอร์		
2	ไพจิตร พินิจ	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
3	วิศิษฐ์ คงสวัสดิ์	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
4	จักรพันธ์ คงแก	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
5	อานนท์ วัฒน	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
6	ศุภรศ มนอดินกุล	อ.อ.ฝ่ายส่งเสริมการตลาด		
7	วิเชียร วัฒน	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
8	แก้ว วัฒน	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
9	อานนท์ วัฒน	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
10	อานนท์ วัฒน	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
11	ไพจิตร พินิจ	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
12	อานนท์ วัฒน	ผู้อำนวยการ (ฝ่ายบริหาร)		
13	อานนท์ วัฒน	อ.พ.ท.๗		
14	อานนท์ วัฒน	อ.พ.ท.๗		
15	อานนท์ วัฒน	อ.พ.ท.๗		
16	อานนท์ วัฒน	อ.พ.ท.๗		
17	อานนท์ วัฒน	อ.พ.ท.๗		
18	อานนท์ วัฒน	อ.พ.ท.๗		
19	อานนท์ วัฒน	อ.พ.ท.๗		
20	อานนท์ วัฒน	อ.พ.ท.๗		

รายชื่อผู้เข้าร่วมเสวนา
 โครงการ แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคม
 บนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 วันที่ 5 ตุลาคม 2559 เวลา 9.00 - 16.00
 ณ ห้องประชุมสีหราช 1 ชั้น 3 โรงแรมล่องบิษชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน	ลายมือชื่อ	
			9.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
21.	พ.จ.ร.สิริพร โสภณวิทย์กุล	บ้านร.014	สิริพร	สิริพร
22.	นางสาวอเนก อดุล	Kob Trekking	อเนก 2	อเนก 2
23.	นายเสด็จสินธุ์ กลิ่นดี	Kob Trekking	เสด็จ	เสด็จ
24.	น.ร. ชัยวัฒน์ พงษ์พงษ์	ส.ท.ภ.จ.ช.	ชัยวัฒน์	ชัยวัฒน์
25.	นาง นงนิจ ใจดี	ส.ท.ภ.พ.	นงนิจ	นงนิจ
26.	Ms. Ms. Mavan มวนวดี	อ.ร.ท. มวนวดี	มวน	มวน
27.	นางสาว นงนิจ ใจดี	อ.ท.ท.นงนิจ	นงนิจ	นงนิจ
28.	นางสาว นงนิจ ใจดี	นงนิจ	นงนิจ	นงนิจ
29.	น.ส. ชุรินทร์ ทอนเปลื้อง	กลุ่มทอผ้าล่องแก่ง	ชุรินทร์	ชุรินทร์
30.	น.ส. อีฟ ใจดี	กลุ่มทอผ้าล่องแก่ง	อีฟ	อีฟ
31.	ช่อกลา ทอนเปลื้อง	กลุ่มทอผ้าล่องแก่ง	ช่อกลา	ช่อกลา
32.	นางกานอม ดวงใจ มณีรัตน์	ทอผ้า ล่องแก่ง	กานอม	กานอม
33.	วันฉัตร ทอนเปลื้อง	น.ร. ฉัตร	วันฉัตร	วันฉัตร
34.	น.ส. นงนิจ ใจดี	โครงการด้านล่องแก่ง	นงนิจ	นงนิจ
35.	นงนิจ ใจดี (นางสาว)	นงนิจ ใจดี	นงนิจ	นงนิจ
36.	เรศเกียรติ นงนิจ	สมาคมพัฒนา	เรศเกียรติ	เรศเกียรติ
37.	ไลดา ใจดี	สมาคมพัฒนา	ไลดา	ไลดา
38.	อ.ส.ท. อ.ส.ท. อ.ส.ท.		อ.ส.ท.	อ.ส.ท.
39.	น.ส. ชุรินทร์ ทอนเปลื้อง	ส.ท.ภ.จ.ช.	ชุรินทร์	ชุรินทร์
40.	นางสาว นงนิจ ใจดี	ส.ท.ภ.จ.ช.	นงนิจ	นงนิจ

รายชื่อผู้เข้าร่วมเสวนา
 โครงการ แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคม
 บนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 วันที่ 5 ตุลาคม 2559 เวลา 9.00 - 16.00
 ณ ห้องประชุมสีทราย 1 ชั้น 3 โรงแรมลองบีชชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน	ลายมือชื่อ	
			9.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
41.	นายอัครพรภักดิ์ สว่างวิทย์	ผอ. อบจ. ชลบุรี		
42.	นายวิฑูรย์ วัฒนศิริ	"		
43.	นายสมชาย วัฒนศิริ	ผอ. อบจ. ชลบุรี		
✓ 44.	นายสุวิทย์ วัฒนศิริ	ผอ. อบจ. ชลบุรี		
✓ 45.	นายประจักษ์ วัฒนศิริ	ผอ. อบจ. ชลบุรี		
46.	นายวิฑูรย์ วัฒนศิริ	"		
47.	นายสมชาย วัฒนศิริ	"		
48.	นายวิฑูรย์ วัฒนศิริ	"		
49.	นายสมชาย วัฒนศิริ	"		
50.	นายสุวิทย์ วัฒนศิริ	"		
51.	นายสุวิทย์ วัฒนศิริ	"		
52.				
53.				
54.				
55.				
56.				
57.				
58.				
59.				
60.				

ภาคผนวก ข
เครื่องมือการวิจัย



มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
๒๙๕ ถนนราชสีมา เขตดุสิต
กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๘ เมษายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลตามแบบสอบถาม

เรียน ผู้บริหาร ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ด้วยอาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้ทำวิจัยเรื่อง “แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ซึ่งหัวข้องานวิจัยดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานวิจัยแห่งชาติ และสำนักวิจัยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเป็นไปด้วยความถูกต้อง สมบูรณ์เรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

คณะผู้วิจัยโครงการแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยตามแบบสอบถามจากท่าน ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิชาการด้านการท่องเที่ยว และไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว
หัวหน้าโครงการวิจัย

คณะวิทยาการจัดการ

โทรศัพท์ ๐๘๑ - ๔๕๘๙๓๗๙ โทรสาร ๐๒- ๒๔๓๘๑๔๒

แบบสอบถาม งานวิจัย

เรื่องการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จัดทำเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย ศึกษาปัญหาการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ขอความกรุณาตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่านในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยความจริงตามความเห็นอย่างอิสระ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

หน่วยงานผู้ให้ข้อมูล

คำชี้แจง กรณีเป็นหน่วยงานเอกชน/สถานประกอบการต่างๆ ตอบข้อ 1 ส่วนองค์กรที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการ /รัฐวิสาหกิจ ตอบข้อ 2

1. หน่วยงานเอกชน/สถานประกอบการ.....
ประเภท.....
ตั้งอยู่ที่ ตำบล/อำเภอ.....จังหวัด.....
2. ชื่อหน่วยงาน.....สังกัด.....
กระทรวง.....
ตั้งอยู่ที่ ตำบล/อำเภอ.....จังหวัด.....

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาให้ข้อมูลที่ตรงตามความจริงเกี่ยวกับตัวท่านโดยใส่เครื่องหมาย [✓] หรือเติมข้อความตามความเป็นจริง

1. เพศ [] 1.ชาย [] 2.หญิง
2. อายุ
[] 1. 20 – 24 ปี [] 2. 25-34 ปี [] 3. 35 – 44 ปี
[] 4. 45-54 ปี [] 5. 55 – 64 ปี [] 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
[] 1. ประถมศึกษา [] 2. มัธยมศึกษา/ปวช. [] 3. อนุปริญญา/ปวส.
[] 4. ปริญญาตรี [] 5. ปริญญาโท [] 6. สูงกว่าปริญญาโท

4. ตำแหน่ง.....
5. ประสบการณ์ทำงาน.....ปี
6. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- [] 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท [] 2. 15,001 – 20,000 บาท
- [] 3. 20,001 – 25,000 บาท [] 4. 25,001 – 30,000 บาท
- [] 5. 30,001 – 35,000 บาท [] 6. มากกว่า 35,000 บาท
7. ท่านรู้จักเครือข่ายการท่องเที่ยวบ้างหรือไม่
- [] 1. รู้จัก [] 2. ไม่รู้จัก (ถ้ารู้จักให้ตอบข้อ 8. ถ้าไม่รู้จักให้ข้าม)
8. ท่าน/หน่วยงานของท่านสังกัดเครือข่าย สมาคม ไตหรือไม่ ถ้าสังกัดกรุณาบอกด้วยว่าที่ใด
- [] 1. สังกัด เครือข่าย.....
- [] 2. สังกัดสมาคม.....
- [] 3. ไม่ได้สังกัดการเข้าร่วมเครือข่าย

ส่วนที่ 2. ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบน

พื้นฐานความเป็นไทย (ความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญตามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ลงในช่องให้คะแนนที่กำหนด

ทั้งนี้ ตัวเลข 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 4 = ระดับความสำคัญมาก 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 2 = ระดับความสำคัญน้อย 1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ด้านความพร้อมของสังคม					
1. มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย					
2. คนในชุมชนมีอัธยาศัย มีการแนะนำความรู้ความเข้าใจ กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว					
3. สินค้าและงานบริการในสังคม ถึงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนและพัฒนา					
4. ความพร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัย และสถานพยาบาลสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างมี					

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
มาตรฐาน					
5. การดูแลขยะปฏิภูลและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านเศรษฐกิจชุมชน					
6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีงบประมาณ สนับสนุน ส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว					
7. การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้					
8. การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ					
9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่					
10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน					
ด้านผู้นำเครือข่าย					
11. การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ					
12. การมีความคิดสร้างสรรค์					
13. เป็นผู้มีจิตใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม					
14. ความสามารถด้านการประสานงานและการใช้ประโยชน์					
15. เป็นผู้นำพาการเจรจาในประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง					
16. เป็นผู้มีปฏิสัมพันธ์ส่งเสริมผลักดันการมีส่วนร่วม					
17. เป็นผู้มีควมรับผิดชอบในหน้าที่					
ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน					
18. เสริมสร้างให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของคน					
19. โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น					
20. มีความเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน					
21. มีควรละเมิดความเป็นตัวตนและความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน					
22. การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม					
23. การดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน					
24. การอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น					
ด้านความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย					

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
25. การมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว					
26. การเป็นเครือข่ายควรมีข้อกำหนดที่ชัดเจนในความร่วมมือ					
27. การสื่อสาร ข่าวสารมีความถูกต้อง ต่อเนื่องเป็นปัจจุบันทั่วถึง					
28. การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน					
29. สมาชิกควรมีอิสระในความคิด เป็นตัวของตนเองในการทำกิจกรรม					
30. สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกันและให้เกียรติกันและกัน					
31. การลดความขัดแย้งและความตึงเครียดในชุมชน					

ส่วนที่ 3. เครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็น ในเรื่องเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคมปัจจุบัน ลงในช่องคะแนนที่กำหนด ตัวเลข 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 = ระดับความคิดเห็นมาก 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการเข้าร่วมเครือข่าย					
1. เกิดการรวมกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว					
ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย					
2. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างโอกาสใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคม					
ด้านความร่วมมือของเครือข่าย					
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาแต่ละพื้นที่					

ส่วนที่ 4. การสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [] ตามความเป็นจริง หรือ ตอบคำถาม

- ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน สังคมหรือในจังหวัดของท่านบ้างหรือไม่เพราะ
 - [] 1. มีส่วนร่วมเพราะ.....
 - [] 2. ไม่มีส่วนร่วมเพราะ.....

2. ท่านคิดว่าเครือข่ายมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวหรือหน่วยงาน ธุรกิจของท่านหรือไม่
- [] 1. มีประโยชน์เพราะ.....
- [] 2. ไม่มีประโยชน์เพราะ.....
3. ท่านมีเพื่อนๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทๆ บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- [] 1. ที่พัก [] 2. ร้านอาหาร [] 3. ร้านขายของที่ระลึกของฝาก
- [] 4. บริการรถโดยสาร [] 5. บริการท่องเที่ยว [] 6. ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว
- [] 7. อื่นๆ.....
4. ท่านเคยส่งเสริมแนะนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยวบ้างหรือไม่ ถ้าเคยธุรกิจใด
- [] ไม่เคย
- [] เคย (ถ้าเคย กรุณาเลือกประเภทธุรกิจด้านล่าง)
- [] 1. ที่พัก [] 2. ร้านอาหาร [] 3. ร้านขายของที่ระลึกของฝาก
- [] 4. บริการรถโดยสาร [] 5. บริการท่องเที่ยว [] 6. ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว
- [] 7. อื่นๆ.....
5. ท่านเคยพึ่งพาหรือได้รับการช่วยเหลือจากธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอื่นบ้างหรือไม่ถ้าเคยธุรกิจใด
- [] ไม่เคย
- [] เคย (ถ้าเคยกรุณาเลือกประเภทธุรกิจด้านล่าง)
- [] 1. ที่พัก [] 2. ร้านอาหาร [] 3. ร้านขายของที่ระลึกของฝาก
- [] 4. บริการรถโดยสาร [] 5. บริการท่องเที่ยว [] 6. ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว
- [] 7. อื่นๆ.....
6. ท่านเคยแนะนำธุรกิจอื่นๆ ด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดของท่าน ให้มีการปรับปรุงบ้างหรือไม่ ถ้าเคยธุรกิจประเภทใด
- [] ไม่เคย
- [] เคย (ถ้าเคยกรุณาเลือกประเภทธุรกิจด้านล่าง)
- [] 1. ที่พัก [] 2. ร้านอาหาร [] 3. ร้านขายของที่ระลึกของฝาก
- [] 4. บริการรถโดยสาร [] 5. บริการท่องเที่ยว [] 6. ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว
- [] 7. อื่นๆ.....

7. ท่านต้องการได้รับการส่งเสริมธุรกิจ จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นบ้างหรือไม่ ถ้าต้องการธุรกิจประเภทใด

- ไม่ต้องการ
- ต้องการ (ถ้าต้องการกรุณาเลือกประเภทธุรกิจด้านล่าง)
1. ที่พัก 2. ร้านอาหาร 3. ร้านขายของที่ระลึกของฝาก
4. บริการรถโดยสาร 5. บริการท่องเที่ยว 6. ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว
7. อื่นๆ.....

8. ท่านต้องการได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวบ้างหรือไม่ ถ้าต้องการหน่วยงานใดเรื่องใด

- ไม่ต้องการ
- ต้องการ (ถ้าต้องการกรุณาเลือกประเภทหน่วยงานด้านล่าง)
1. จังหวัด 2. อบต./เทศบาล 3. การท่องเที่ยว
4. ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว 5. หน่วยรักษาความปลอดภัย
6. บริการทางการแพทย์ 7. อื่นๆ.....
- เรื่อง.....

9. การมีเครือข่ายการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญกับธุรกิจของท่านหรือไม่อย่างไร

- มีเพราะ.....
- ไม่มีเพราะ.....

10. ถ้ามีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวท่านต้องการเข้าร่วมหรือไม่

- เข้าร่วม คิดดูก่อน ไม่ต้องการ

13. การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้เกิดความร่วมมืออย่างไร

1. ส่งเสริมให้ต่างชาติมาเที่ยวมากขึ้น 2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย
3. ส่งเสริมให้นักเรียน/นักศึกษาเที่ยว 4. อื่นๆ.....

14. เครือข่ายหรือความร่วมมือการท่องเที่ยว ควรช่วยเหลือกันในเรื่องใด

1. ส่งเสริมสินค้าและบริการ 2. ช่วยกันการโฆษณาประชาสัมพันธ์
3. ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสาร 4. ทำกิจกรรมร่วมกัน
5. อื่นๆ.....

ส่วนที่ 5. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

1. ท่านคิดว่าปัญหาหรืออุปสรรค ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดของท่านมีเรื่องใดบ้าง

- 1.....
- 2.....
- 3.....

2. ท่านคิดว่าถ้าต้องการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย จะมีปัญหาหรืออุปสรรคในเรื่องใด

- 1.....
- 2.....
- 3.....

3. ท่านคิดว่าแนวทางการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยให้บรรลุผลจะต้องให้ความสำคัญเรื่องอะไร

- 1.....
- 2.....
- 3.....

4. ท่านคิดว่าเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย ควรจะมีบทบาทอย่างไร

- 1.....
- 2.....
- 3.....

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- 1.....
- 2.....
- 3.....

คณะผู้วิจัยขอบคุณอย่างสูง

การประเมินแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ

	การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				
	ม. เกษตร	ม.แม่ฟ้า หลวง	ม.สวน ดุสิต	ค่า IOC	แปลผล
ด้านความพร้อมของสังคม					
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมโดดเด่น ต้อนรับนักท่องเที่ยว	0	-1	1	0.00	ตัด
2. ความร่วมมือภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และประชาชนเพื่อการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. สังคมมีความเสียสละ เพื่อกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	1	0	-1	0.00	ตัด
4. คนในชุมชนมีอัยยาศัยแนะนำ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ในการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. สินค้าและบริการในสังคมพร้อมที่จะ แลกเปลี่ยน	1	-1	1	0.33	ปรับแก้
6. ความพร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และ สถานพยาบาลสำหรับการท่องเที่ยว	0	1	1	0.67	ใช้ได้
7. ความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่เพื่อ การท่องเที่ยว	0	-1	0	-0.33	ตัด
8. ความพร้อมของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว	1	-1	0	0.00	ตัด
9. การดูแลขยะปฏิภูลและสิ่งแวดล้อมของ สถานที่ท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านเศรษฐกิจชุมชน					
10. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีงบในการลงทุนเพื่อ การท่องเที่ยว	1	0	0	0.33	ปรับแก้
11. การท่องเที่ยวสร้างอาชีพเสริมทำให้เกิด การสร้างรายได้ให้ชุมชน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
12. การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ ผลประโยชน์อย่างทั่วถึง	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
13. การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนใน ท้องถิ่น	1	1	0	0.67	ใช้ได้
14. การขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่	1	0	-1	0.00	ตัด

ต่างๆ					
15. ภาชีจากนักท่องเที่ยง การขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	1	-1	0	0.00	ตัด
16. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
ด้านผู้นำเครือข่าย					
17. เป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ	1	1	0	0.67	ใช้ได้
18. มีความคิดสร้างสรรค์	1	1	0	0.67	ใช้ได้
19. มีความเสียสละเพื่อส่วนรวม	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
20. ความสามารถด้านการประสานงานและการใช้ประโยชน์	1	1	1	1.00	ใช้ได้
21. การเจรจาประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง	1	1	0	0.67	ใช้ได้
22. มีความสัมพันธ์ส่งเสริมผลักดันการมีส่วนร่วม	1	1	1	1.00	ใช้ได้
23. มีความรับผิดชอบในหน้าที่	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน					
24. เสริมสร้างความรู้สึกรักความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
25. โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
26. การเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
27. มีควรละเมิดความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
28. การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม	1	1	1	1.00	ใช้ได้
29. การฟื้นฟูศิลปดั้งเดิมเทศกาล และภาษาท้องถิ่น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
30. การสนับสนุนวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและการแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย					
31. ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายการท่องเที่ยว	1	1	0	0.67	ใช้ได้

32. ความชัดเจนในการมีส่วนร่วม	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
33. การสื่อสารข่าวสารที่ถูกต้อง ต่อเนื่อง เป็นปัจจุบันทั่วถึง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
34. การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
35. ความมีอิสระ เป็นตัวของตัวเองในการทำกิจกรรม	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
36. ให้เกียรติ มีความเท่าเทียมกัน	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
37. การลดความขัดแย้งและความตึงเครียดในชุมชน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านการเข้าร่วมเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม					
38. เกิดการรวมกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย					
39. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างโอกาสใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคม	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านความร่วมมือของเครือข่าย					
40. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาแต่ละพื้นที่	1	1	1	1.00	ใช้ได้
การสร้างเครือข่าย					
41. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน สังคมหรือในจังหวัดของท่านบ้างหรือไม่เพราะอะไร	1	1	1	1.00	ใช้ได้
42. ท่านคิดว่าเครือข่ายมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวหรือหน่วยงาน ธุรกิจของท่านหรือไม่อย่างไร	1	1	1	1.00	ใช้ได้
43. ท่านมีเพื่อนๆ หรือกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับงานธุรกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทใดๆ บ้าง	1	1	0	0.67	ใช้ได้
44. ท่านเคยช่วยเหลือแนะนำธุรกิจอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยวบ้างหรือไม่ ถ้าเคยธุรกิจใด	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
45. ท่านเคยพึ่งพาการช่วยเหลือจากธุรกิจอื่นด้านการท่องเที่ยวบ้างหรือไม่ถ้าเคยธุรกิจใด	1	1	0	0.67	ใช้ได้
46. ท่านเคยช่วยเหลือเสนอแนะธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดของท่านให้มีการปรับปรุง	1	0	0	0.33	ปรับแก้

บ้างหรือไม่ ถ้าเคยธุรกิจประเภท					
47. ท่านต้องการได้รับการช่วยเหลือจากธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอื่นบ้างหรือไม่ ถ้าเคยธุรกิจประเภทใด	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
48. ท่านต้องการได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวบ้างหรือไม่ ถ้าเคยหน่วยงานใดเรื่องใด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
49. เครือข่ายการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญกับธุรกิจของท่านหรือไม่อย่างไร	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
50. ถ้ามีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวท่านต้องการเข้าร่วมหรือไม่	1	1	1	1.00	ใช้ได้
51. ท่านช่วยบอกสถานที่ท่องเที่ยวที่ น่าสนใจในจังหวัดของท่านมาสัก 3 ที่	0	-1	1	0.00	ตัด
52. สถานที่ท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถมาใช้บริการจากท่านได้มีที่ใดบ้าง	0	-1	-1	-0.67	ตัด
53. การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้เกิดความร่วมมืออย่างไร	1	1	1	1.00	ใช้ได้
54. เครือข่ายหรือความร่วมมือการท่องเที่ยวควรช่วยเหลือกันในเรื่องใด	1	1	0	0.67	ใช้ได้
55. ปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดของท่านมีเรื่องใดบ้าง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
56. ท่านคิดว่าปัญหาในการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย น่าจะมีเรื่องใดบ้าง	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
57. ท่านคิดว่าอุปสรรคในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทย น่าจะมีเรื่องใดบ้าง	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
58. ท่านคิดว่าแนวทางที่จะสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยให้บรรลุผลจะต้องมีอะไรบ้าง	1	1	-1	0.33	ปรับแก้
59. ท่านคิดว่าเครือข่ายการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นไทยน่าจะมีบทบาทอย่างไรบ้าง	1	1	0	0.67	ใช้ได้

แบบสอบถาม เรื่องการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้เก็บรวบรวม เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ซึ่งสามารถวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.9827 ได้ผลสรุปว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้ (มากกว่า 0.80)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.9827	34

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
201	127.0667	692.961	.7207	.9825
202	127.3333	693.471	.7064	.9825
203	127.3333	695.609	.7349	.9824
204	127.0000	692.552	.7155	.9825
205	126.9000	694.231	.6485	.9828
206	127.3667	691.757	.6818	.9827
207	126.6667	698.989	.6640	.9826
208	126.5333	696.120	.7565	.9823
209	126.6000	703.145	.8053	.9822
210	126.7667	702.530	.7863	.9822
211	127.0000	697.379	.8451	.9820
212	126.9333	694.685	.8862	.9819
213	126.9333	696.754	.8407	.9820
214	126.9667	692.240	.8550	.9819
215	127.0000	695.172	.8198	.9821
216	126.9667	693.344	.8664	.9819
217	126.7667	698.599	.7330	.9824
218	126.8000	695.476	.8135	.9821
219	126.7333	692.823	.8661	.9819
220	126.8000	696.441	.8661	.9819
221	126.8667	693.085	.8364	.9820
222	126.9333	692.478	.7495	.9823
223	126.9000	694.921	.6917	.9826
224	126.7667	697.564	.6572	.9827
225	127.0000	692.966	.8325	.9820
226	127.0000	689.724	.8367	.9820
227	126.9667	693.068	.8722	.9819

228	126.9000	687.059	.8551	.9819
229	126.9000	695.403	.8101	.9821
230	126.7333	692.961	.8305	.9820
231	126.7000	689.941	.8452	.9820
301	126.9000	694.921	.8201	.9821
302	126.5333	692.120	.9026	.9818
303	126.6333	694.102	.8281	.9820

ตัดข้อ 2 3 4 5 6 7 22 23 24

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.9844	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
208	89.4667	350.257	.7362	.9844
209	89.5333	354.947	.7921	.9841
210	89.7000	354.079	.7879	.9841
211	89.9333	352.340	.7859	.9841
212	89.8667	349.085	.8705	.9836
213	89.8667	349.154	.8683	.9836
214	89.9000	345.817	.8844	.9835
215	89.9333	347.926	.8485	.9837
216	89.9000	346.852	.8895	.9835
217	89.7000	350.217	.7638	.9843
218	89.7333	349.720	.7955	.9841
219	89.6667	346.782	.8800	.9835
220	89.7333	349.995	.8607	.9837
221	89.8000	347.131	.8448	.9838
225	89.9333	346.409	.8589	.9837
226	89.9333	344.202	.8590	.9837
227	89.9000	346.714	.8936	.9835
228	89.8333	342.213	.8796	.9836
229	89.8333	348.351	.8308	.9838
230	89.6667	346.782	.8461	.9838
231	89.6333	344.033	.8768	.9836
301	89.8333	347.109	.8674	.9836
302	89.4667	346.257	.9182	.9833
303	89.5667	346.737	.8691	.9836

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์.....	เวลาเริ่ม.....	เวลาสิ้นสุด.....
การสัมภาษณ์.....		รวมเวลาที่สัมภาษณ์.....
ชื่อผู้เก็บข้อมูล.....		
ชื่อผู้ควบคุมภาคสนาม.....		

การวิจัยเรื่องการสร้างเครือข่ายของสังคม
บนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี
แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. บริบทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง
 - ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้นำหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ สถานที่พัก ร้านอาหารบริการ
ร้านขายของที่ระลึกเอกชน วิสาหกิจชุมชน การบริการขนส่ง และอื่นๆ
 - ภาคสังคม ผู้นำหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับ ชุมชน ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิต
สิ่งแวดล้อม และอื่นๆ
 - ภาครัฐ ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ฝ่ายจังหวัด ฝ่ายปกครองส่วน
ท้องถิ่นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และอื่นๆ
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม เครือข่าย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสังคมไทย
 - ความเป็นไทย ในความคิดเห็นของท่านหมายถึงอะไร
 - มีปัจจัยอะไร ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม เครือข่าย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสังคมไทย
และเป็นอย่างไร
3. ปัญหา อุปสรรค ในการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความ
เป็นไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างไร
4. แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นอย่างไร
5. ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

คำถามเพื่อทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ
ถามเร็ว / ตอบเร็ว

เรียนทุกท่าน ประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่านจะนำไปสู่การสร้างประโยชน์ เพียงแค่ท่าน อนุเคราะห์ตอบคำถามที่จัดให้ 3 ข้อ ด้วยความรู้สึกแรก/ความคิดแรกของท่าน ด้วยประโยคสั้นๆ ที่ สื่อความหมายได้โดยไม่ต้องขยายความเพียงอ่านคำถามแต่ละข้อจนจบ ทั้งนี้ขอเรียนท่านว่าไม่ต้อง คำนึงว่าคำตอบจะถูก/ผิด แต่มันเป็นคุณค่าและประโยชน์ต่อผู้ที่ได้อ่าน ขอให้ท่านมีความสุขและ สบายใจในการตอบคำถาม พร้อมได้รับความขอบคุณในการอนุเคราะห์ของท่านในการตอบคำถาม ต่อไปนี้

1. เครื่องข่ายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนคือ.....
2. ปัจจัยที่ทำให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนคือ.....
3. สิ่งที่ท่านจะต้องทำเพื่อให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คือ.....

ขอขอบคุณ
คณะวิทยากร

ภาคผนวก ค
การทดสอบสมมติฐานรายข้อ

สมมุติฐาน 1 : ชุมชนและสังคมชาตผู้นำในการสร้างความร่วมมือในเรื่องการท่องเที่ยวและไม่เห็นประโยชน์ของเครือข่ายการท่องเที่ยว

ตารางที่ ค-1 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผู้นำเครือข่ายกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	
	r	p
1. การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ	.472**	.000
2. การมีความคิดสร้างสรรค์	.454**	.000
3. เป็นผู้มีจิตใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม	.439**	.000
4. ความสามารถด้านการประสานงาน และการใช้ประโยชน์	.453**	.000
5. เป็นผู้มีความระมัดระวังการเจรจาในประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง	.409**	.000
6. เป็นผู้ปฏิบัติสัมพันธ์ส่งเสริมผลักดันการมีส่วนร่วม	.435**	.000
7. เป็นผู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่	.431**	.000
ด้านผู้นำเครือข่าย	.515**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-1 พบว่า ด้านผู้นำเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-2 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผู้นำเครือข่ายกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	
	r	p
1. การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ	.426**	.000
2. การมีความคิดสร้างสรรค์	.436**	.000
3. เป็นผู้มีจิตใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม	.402**	.000
4. ความสามารถด้านการประสานงาน และการใช้ประโยชน์	.384**	.000
5. เป็นผู้มีความระมัดระวังการเจรจาในประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง	.383**	.000
6. เป็นผู้ปฏิบัติสัมพันธ์ส่งเสริมผลักดันการมีส่วนร่วม	.472**	.000
7. เป็นผู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่	.459**	.000
ด้านผู้นำเครือข่าย	.496**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-2 พบว่า ด้านผู้นำเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-3 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผู้นำเครือข่ายกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ	.408**	.000
2. การมีความคิดสร้างสรรค์	.421**	.000
3. เป็นผู้มีความตั้งใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม	.405**	.000
4. ความสามารถด้านการประสานงาน และการใช้ประโยชน์	.392**	.000
5. เป็นผู้มีความตระหนักรู้ในประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง	.370**	.000
6. เป็นผู้มีความปฏิบัติส่งเสริมผลักดันการมีส่วนร่วม	.400**	.000
7. เป็นผู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่	.395**	.000
ด้านผู้นำเครือข่าย	.468**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-3 พบว่า ด้านผู้นำเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-4 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผู้นำเครือข่ายกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. การเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ	.496**	.000
2. การมีความคิดสร้างสรรค์	.497**	.000
3. เป็นผู้มีความตั้งใจที่เสียสละ แบ่งปันเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม	.470**	.000
4. ความสามารถด้านการประสานงาน และการใช้ประโยชน์	.457**	.000
5. เป็นผู้มีความตระหนักรู้ในประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง	.437**	.000
6. เป็นผู้มีความปฏิบัติส่งเสริมผลักดันการมีส่วนร่วม	.499**	.000
7. เป็นผู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่	.491**	.000
ด้านผู้นำเครือข่าย	.563**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-4 พบว่า ด้านผู้นำเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมุติฐาน 2 : คนในชุมชนมีความต้องการการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

ตารางที่ ค-5 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. เสริมสร้างให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของคน	.377**	.000
2. โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น	.409**	.000
3. มีความเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน	.376**	.000
4. มีควรละเมิดความเป็นตัวตน และความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน	.423**	.000
5. การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม	.378**	.000
6. การธำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน	.414**	.000
7. การอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น	.453**	.000
ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	.467**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-5 พบว่า ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-6 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. เสริมสร้างให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของคน	.414**	.000
2. โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น	.407**	.000
3. มีความเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกัน และกัน	.434**	.000
4. มีควรละเมิดความเป็นตัวตน และความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน	.475**	.000
5. การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม	.459**	.000
6. การธำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน	.405**	.000
7. การอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น	.421**	.000
ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	.502**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-6 พบว่า ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-7 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. เสริมสร้างให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของคน	.430**	.000
2. โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น	.417**	.000
3. มีความเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน	.379**	.000
4. มีควรละเมิดความเป็นตัวตน และความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน	.400**	.000
5. การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม	.414**	.000
6. การธำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน	.388**	.000
7. การอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น	.410**	.000
ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	.471**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-7 พบว่า ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-8 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. เสริมสร้างให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของคน	.465**	.000
2. โอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น	.458**	.000
3. มีความเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกัน และกัน	.443**	.000
4. มีควรละเมิดความเป็นตัวตน และความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน	.492**	.000
5. การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม	.469**	.000
6. การธำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน	.457**	.000
7. การอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างโดดเด่น	.495**	.000
ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	.546**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-8 พบว่า ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่าย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมุติฐาน 3 : ผู้ประกอบการในชุมชนและสังคมยังขาดความพร้อมในเรื่องความร่วมมือจึงมีผลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายการท่องเที่ยว

ตารางที่ ค-9 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความพร้อมของสังคมกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	.482**	.000
2. คนในชุมชนมีอัธยาศัย มีการแนะนำความรู้ความเข้าใจกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.461**	.000
3. สินค้าและงานบริการในสังคม ถึงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนและพัฒนา	.460**	.000
4. ความพร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสถานพยาบาลสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีมาตรฐาน	.398**	.000
5. การดูแลขยะปฏิภูล และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	.426**	.000
ด้านความพร้อมของสังคม	.529**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-9 พบว่า ด้านความพร้อมของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-10 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความพร้อมของสังคมกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	.428**	.000
2. คนในชุมชนมีอัธยาศัย มีการแนะนำความรู้ความเข้าใจกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.448**	.000
3. สินค้าและงานบริการในสังคม ถึงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนและพัฒนา	.403**	.000
4. ความพร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสถานพยาบาลสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีมาตรฐาน	.385**	.000
5. การดูแลขยะปฏิภูล และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	.422**	.000
ด้านความพร้อมของสังคม	.504**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-10 พบว่า ด้านความพร้อมของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-11 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความพร้อมของสังคมกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	.412**	.000
2. คนในชุมชนมีอัธยาศัย มีการแนะนำความรู้ความเข้าใจกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.385**	.000
3. สินค้าและบริการในสังคม ถึงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนและพัฒนา	.386**	.000
4. ความพร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสถานพยาบาลสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีมาตรฐาน	.407**	.000
5. การดูแลขยะปฏิกูล และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	.390**	.000
ด้านความพร้อมของสังคม	.481**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-11 พบว่า ด้านความพร้อมของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-12 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความพร้อมของสังคมกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับเครือข่ายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และภาคประชาชนในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	.495**	.000
2. คนในชุมชนมีอัธยาศัย มีการแนะนำความรู้ความเข้าใจกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.498**	.000
3. สินค้าและบริการในสังคม ถึงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนและพัฒนา	.478**	.000
4. ความพร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสถานพยาบาลสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีมาตรฐาน	.453**	.000
5. การดูแลขยะปฏิกูล และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	.472**	.000
ด้านความพร้อมของสังคม	.581**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-12 พบว่า ด้านความพร้อมของสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมุติฐาน 4 : เศรษฐกิจของชุมชนมีอิทธิพลต่อการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายของสังคมในการพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความเป็นไทย

ตารางที่ ค-13 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านเศรษฐกิจชุมชนกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีงบประมาณ สนับสนุนส่งเสริม การลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.429**	.000
2. การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้	.410**	.000
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และ ผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ	.436**	.000
4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคน ในพื้นที่	.434**	.000
5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	.439**	.000
ด้านเศรษฐกิจชุมชน	.543**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-13 พบว่า ด้านเศรษฐกิจชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-14 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านเศรษฐกิจชุมชนกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีงบประมาณ สนับสนุนส่งเสริม การลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.337**	.000
2. การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริม ชุมชนมีรายได้	.464**	.000
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และ ผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ	.453**	.000
4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคน ในพื้นที่	.439**	.000
5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	.452**	.000
ด้านเศรษฐกิจชุมชน	.542**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-14 พบว่า ด้านเศรษฐกิจชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-15 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านเศรษฐกิจชุมชนกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีงบประมาณ สนับสนุนส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.364**	.000
2. การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริมชุมชนมีรายได้	.423**	.000
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ	.423**	.000
4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่	.404**	.000
5. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	.430**	.000
ด้านเศรษฐกิจชุมชน	.520**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-15 พบว่า ด้านเศรษฐกิจชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-16 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านเศรษฐกิจชุมชนกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับเครือข่ายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีงบประมาณ สนับสนุนส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	.432**	.000
2. การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดกิจกรรม สร้างอาชีพเสริมชุมชนมีรายได้	.500**	.000
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ และผลประโยชน์เกิดขึ้นตามท้องที่ต่างๆ	.496**	.000
4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่	.486**	.000
5. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	.508**	.000
ด้านเศรษฐกิจชุมชน	.619**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-16 พบว่า ด้านเศรษฐกิจชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมี

ความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมุติฐาน 5 : ผู้ที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจในกลุ่มชนยังขาดความไว้วางใจในเครือข่ายหรือความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยิ่งย่น

ตารางที่ ค-17 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายต่อชุมชนกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. การมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.468**	.000
2. การเป็นเครือข่ายควรมีข้อกำหนดที่ชัดเจนในความร่วมมือ	.488**	.000
3. การสื่อสาร ข่าวสารมีความถูกต้อง ต่อเนื่องเป็นปัจจุบันทั่วถึง	.475**	.000
4. การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน	.447**	.000
5. สมาชิกควรมีอิสระในความคิด เป็นตัวของตัวเองในการทำกิจกรรม	.499**	.000
6. สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกันและกัน	.505**	.000
7. การลดความขัดแย้ง และความตึงเครียดในชุมชน	.536**	.000
ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่าย	.571**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-17 พบว่า ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายต่อชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-18 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายต่อชุมชนกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. การมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.385**	.000
2. การเป็นเครือข่ายควรมีข้อกำหนดที่ชัดเจนในความร่วมมือ	.485**	.000
3. การสื่อสาร ข่าวสารมีความถูกต้อง ต่อเนื่องเป็นปัจจุบันทั่วถึง	.467**	.000
4. การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน	.465**	.000
5. สมาชิกควรมีอิสระในความคิด เป็นตัวของตัวเองในการทำกิจกรรม	.483**	.000
6. สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกันและกัน	.522**	.000
7. การลดความขัดแย้ง และความตึงเครียดในชุมชน	.480**	.000
ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่าย	.550**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-18 พบว่า ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายต่อชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-19 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายต่อชุมชนกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. การมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.390**	.000
2. การเป็นเครือข่ายควรมีข้อกำหนดที่ชัดเจนในความร่วมมือ	.493**	.000
3. การสื่อสาร ข่าวสารมีความถูกต้อง ต่อเนื่องเป็นปัจจุบันทั่วถึง	.439**	.000
4. การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน	.448**	.000
5. สมาชิกควรมีอิสระในความคิด เป็นตัวของตนเองในการทำกิจกรรม	.485**	.000
6. สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกันและกัน	.452**	.000
7. การลดความขัดแย้ง และความตึงเครียดในชุมชน	.520**	.000
ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่าย	.550**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-19 พบว่า ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายต่อชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-20 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายต่อชุมชนกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. การมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	.473**	.000
2. การเป็นเครือข่ายควรมีข้อกำหนดที่ชัดเจนในความร่วมมือ	.567**	.000
3. การสื่อสาร ข่าวสารมีความถูกต้อง ต่อเนื่องเป็นปัจจุบันทั่วถึง	.536**	.000
4. การเป็นเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน	.519**	.000
5. สมาชิกควรมีอิสระในความคิด เป็นตัวของตนเองในการทำกิจกรรม	.545**	.000
6. สมาชิกควรมีความเท่าเทียมกัน และให้เกียรติกันและกัน	.553**	.000
7. การลดความขัดแย้ง และความตึงเครียดในชุมชน	.581**	.000
ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่าย	.640**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-20 พบว่า ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายต่อชุมชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม ในด้านการเข้าร่วมเครือข่าย ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่ายและด้านความร่วมมือของเครือข่าย

ตารางที่ ค-21 ความสัมพันธ์ระหว่างในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ด้านความพร้อมของสังคม	.581**	.000
2. ด้านเศรษฐกิจชุมชน	.619**	.000
3. ด้านผู้นำเครือข่าย	.563**	.000
4. ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	.546**	.000
5. ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย	.640**	.000
ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพล	.675**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-21 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-22 ความสัมพันธ์ระหว่างในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r	p
1. ด้านความพร้อมของสังคม	.529**	.000
2. ด้านเศรษฐกิจชุมชน	.543**	.000
3. ด้านผู้นำเครือข่าย	.515**	.000
4. ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	.467**	.000
5. ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย	.571**	.000
ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพล	.600**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-22 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเข้าร่วมเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-23 ความสัมพันธ์ระหว่างในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	p
	r	
1. ด้านความพร้อมของสังคม	.504**	.000
2. ด้านเศรษฐกิจชุมชน	.542**	.000
3. ด้านผู้นำเครือข่าย	.496**	.000
4. ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	.502**	.000
5. ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย	.550**	.000
ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพล	.594**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-23 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ ค-24 ความสัมพันธ์ระหว่างในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	p
	r	
1. ด้านความพร้อมของสังคม	.481**	.000
2. ด้านเศรษฐกิจชุมชน	.520**	.000
3. ด้านผู้นำเครือข่าย	.468**	.000
4. ด้านความต้องการของคนในสังคม/ชุมชน	.471**	.000
5. ด้านความไว้วางใจหรือความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่าย	.550**	.000
ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพล	.568**	.000

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ ค-24 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเครือข่ายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านความร่วมมือของเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อมูลแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลกับเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสังคมมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือด้านการเข้าร่วมเครือข่าย ด้านการเห็นประโยชน์ของเครือข่าย และด้านความร่วมมือของเครือข่าย

ภาคผนวก ง

ภาพกิจกรรมงานวิจัยและกำหนดการสัมมนาและการเสวนา



การสัมภาษณ์เชิงลึก



การสนทนากลุ่มจังหวัดเพชรบุรี



การสนทนากลุ่มจังหวัดสุพรรณบุรี



การสัมมนา เครือข่ายเพชรบุรีกับสุพรรณบุรี



การสัมมนาปฏิบัติการเครือข่าย ที่ชะอำ



การเสวนาเครือข่าย



ประธานรองอธิการบดี กล่าวปิดโครงการ

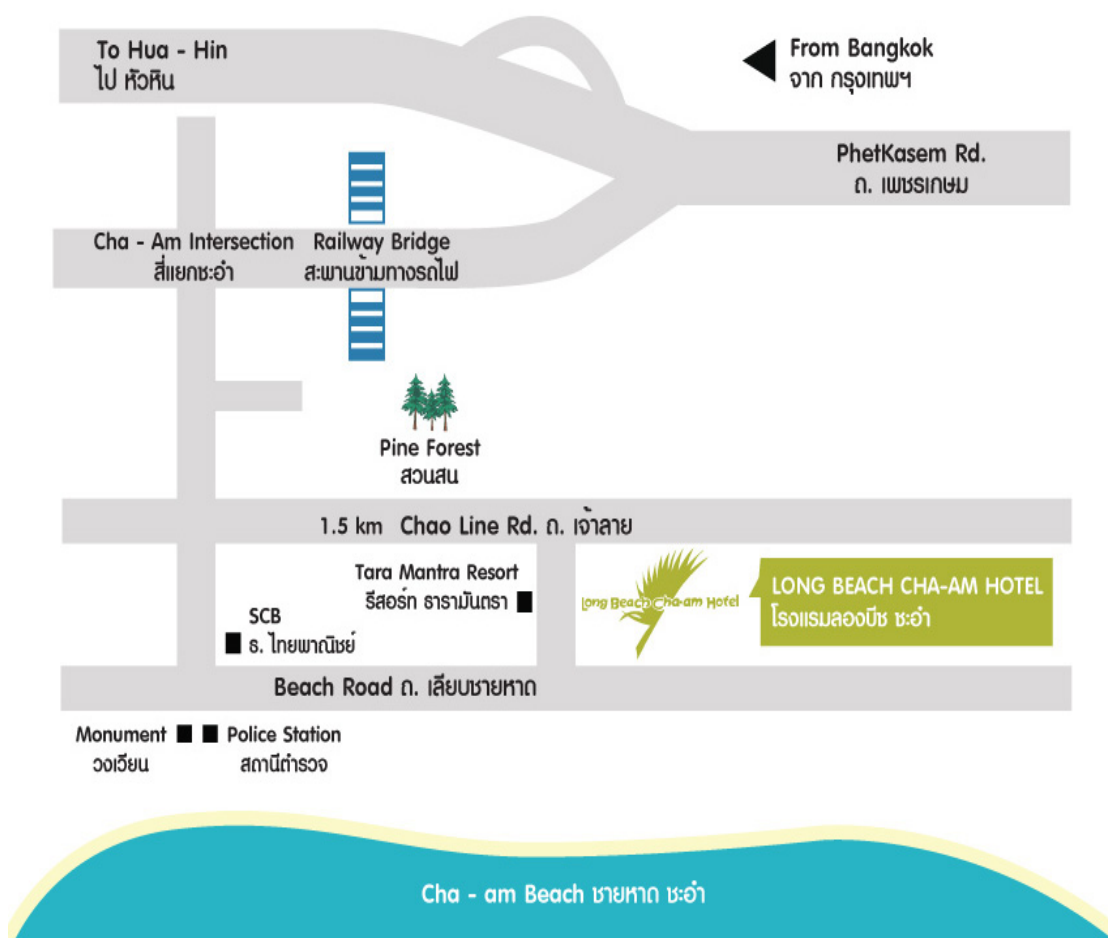


ภาพรวมโครงการฯ เครือข่ายของสังคม

กำหนดการสัมมนาและการเสวนา
โครงการ แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคม
บนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ระหว่างวันที่ 4 - 5 ตุลาคม 2559 ณ โรงแรม ลองบีช ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

เวลา	กิจกรรมวันที่ 4 ตุลาคม 2559
08.30-09.00 น.	ลงทะเบียน / รับเอกสาร
09.00-09.30 น.	พิธีเปิดการสัมมนาและการเสวนา - กล่าวรายงาน โดย หัวหน้าโครงการ - กล่าวเปิด โดย ผู้บริหารมหาวิทยาลัยสวนดุสิต
09.30-10.30 น.	นำเสนอ “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วม การเห็นประโยชน์ และความร่วมมือของเครือข่าย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสังคมไทย และปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขการสร้างความร่วมมือของภาคธุรกิจ ภาคสังคม และภาครัฐ บนพื้นฐานความเป็นไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”
10.30-10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45-12.00 น.	นำเสนอ “องค์ความรู้ ในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหาร
13.00-14.30 น.	แนวทางการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยทีมวิทยากร
14.30-14.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง / ชมผลิตภัณฑ์ผลงานเครือข่าย
14.45-15.30 น.	ปฏิบัติระดมความคิดเพื่อเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยทีมวิทยากร
15.30-16.00 น.	นำเสนอผลจากผู้ปฏิบัติ
เวลา	กิจกรรม วันที่ 5 ตุลาคม 2559
6.30-9.00 น.	รับประทานอาหารเช้า
09.15-10.30 น.	การเสวนาภาพรวม “แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”
10.30-10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง / ชมผลิตภัณฑ์ผลงานเครือข่าย
10.45-12.00 น.	การเสวนากลุ่มจังหวัด “แนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหาร
13.00-14.30 น.	นำเสนอแนวทางการสร้างเครือข่ายของสังคมบนพื้นฐานความเป็นไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
14.30-14.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
14.45-16.00 น.	นำเสนอผลการสัมมนาและการเสวนา

แผนที่ สถานที่จัดสัมมนา



225/75 ถนนเลียบชายหาด ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

โทร. 032-472-444

แฟกซ์. 032-472-287

มือถือ. 087-529-6444, 081-402-6644

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
NAME	Asst. Prof. Dr. Pramote Yotkaew
วันเกิด	29 มีนาคม 2510
สถานที่เกิด	จังหวัดเพชรบุรี
ประวัติการศึกษา	-พุทธศาสตร์ดุสิตบัณฑิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (2557) -บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ (2539) -นิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2550) -อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต (สาขาวิศวกรรมเครื่องกล) มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ (2537)
ประสบการณ์ทำงาน	-อาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน -วิทยากร หน่วยงานสหกรณ์ต่างๆ -ที่ปรึกษา โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ปีโตรเลียม
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	สังกัดภายในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต หลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
สถานที่ติดต่อ	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โทรศัพท์ 081-4589379, Email : Pramote_yotkaew@yahoo.com
ชื่อ - สกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. อุทัย สติมัน
NAME	Asst. Prof. Dr. Uthai satiman
ประวัติการศึกษา	พุทธศาสตร์บัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) เกียรตินิยม รุ่น 43 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย พุทธศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ประสบการณ์ทำงาน	-อาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน -วิทยากร หน่วยงานต่างๆ -ที่ปรึกษา บัณฑิตปริญญาเอก และโครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ปีโตรเลียม
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	สังกัดภายในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
สถานที่ติดต่อ	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โทรศัพท์ 092-5644591 Email : uthaisati@gmail.com

ชื่อ - สกุล	นาย พนม สุวรรณประเทศ
NAME	Mr. Pamom suwanprated
ประวัติการศึกษา	-บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง -ศิลปศาสตรบัณฑิต การจัดการทั่วไป คอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัย ราชภัฏลำปาง
ประสบการณ์ทำงาน	-วิทยากร หน่วยงานสหกรณ์ต่างๆ -ที่ปรึกษา โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ปีโตรเลียม
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	-อาจารย์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต คณะวิทยาการจัดการ
สถานที่ติดต่อ	เจ้าหน้าที่ บริหารกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โทรศัพท์ 086-6665754, Email : Pamom.su@gmail.com
ชื่อ - สกุล	นายธิตินันท์ จินทรานันท์
NAME	Mr. Thitnun Chintranun

