



การเสริมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงาน ทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง จังหวัดอุดรธานี

วิวัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

อีเมลล์: wetchaninnart@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว 2) สร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และ 3) ประเมินความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดและความพึงพอใจต่อโครงการอบรมของแหล่งท่องเที่ยว บ้านนาดี – สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ 1) กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิจัย จำนวน 98 คน และ 2) กลุ่มขยายผลการดำเนินงาน จำนวน 143 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย การคัดเลือกโครงการ โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ประเมินผลการดำเนินงานและความพึงพอใจสรุปบทเรียน และคืนข้อมูล ผลการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ช่วยเพิ่มมูลค่ากิจกรรมการท่องเที่ยว ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ เกิดความภาคภูมิใจ ช่วยสร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่าย และลดความเหลื่อมล้ำ โดยอาศัยโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการและการปรับปรุงสภาพแวดล้อม การขยายผลการดำเนินงานสู่ภายนอกชุมชนเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และชุมชนใกล้เคียง ผลการประเมินพบว่ากลุ่มสมาชิกมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (\bar{x} = 4.05) ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อการจัดโครงการอบรมของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.08) ซึ่งกลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวจะนำผลการดำเนินงานไปปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ต่อไป

คำสำคัญ: จังหวัดอุดรธานี นาดี – สร้างบง การเสริมสร้างความเข้มแข็ง การตลาดไทยแลนด์ 4.0



Empowerment Marketing Performance for Supporting Thailand 4.0 Policy of Nadee–Sangbong Tourist Attractions, Udon Thani Province

Watchirachai Wetchaninnart

Department of Marketing, Faculty of Management Science,

Udon Thani Rajabhat University, Muang District, Udon Thani Province, Thailand 41000

E-mail: wetchaninnart@gmail.com

Abstract

The purposes of this research are 1) to review the marketing models for tourist attractions, 2) to empower the marketing performance to support the Thailand 4.0 policy, and 3) to evaluate the attitudes toward the marketing performance and the satisfactions of the training project at the Nadee–Sangbong tourist attractions, Phasook sub–district, Kumpawapee district, Udon Thani province. The study samples include the group of 98 participants in the original research activities and the group of 143 participants in the extended research activities. They were randomly selected according to the purposive sampling method. The data were collected in the community forum, small group meeting, and workshop, and in the processes of project selection, performance evaluation, project reflection, and community reporting. The results of empowering marketing performance at the Nadee – Sangbong tourist attractions led to the creation of activities related to creative tourism and to the increased value of such tourism activities through the participation of stakeholders. The community became more self–reliant. They could create more income and reduce expenses and inequality through workshop and environment improvement project. This project also linked this community with other nearby communities and tourist attraction sites in a network of cooperation. The assessment showed that the members of the community agree with the overall tourism operations (\bar{x} = 4.05), and the participants in the project satisfied with the tourism training program at high level (\bar{x} = 4.08). The members will continue to develop their tourist sites into “stable, prosperous, and sustainable” tourist attractions.

Keywords: Udon Thani province, Nadee–Sangbong, Empowerment, Thailand 4.0 Marketing

บทนำ

ปัญหาสำคัญที่ประเทศไทยกำลังเผชิญและพยายามเร่งแก้ไข คือ ประเทศติดกับดักรายได้ปานกลางมาเป็นระยะเวลายาวนาน เกิดความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้ระหว่างคนฐานะร่ำรวยและคนยากจน เกิดความไม่สมดุลในมิติแต่ละด้าน ประเทศมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจจนละเลยการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและมองข้ามการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ก่อให้เกิดผลเสียตามมามากมาย หากมองย้อนไปในอดีต ประเทศไทยมีพัฒนาการทางเศรษฐกิจตามลำดับดังนี้

ยุคไทยแลนด์ 1.0 เป็นยุคที่เน้นภาคการเกษตรเป็นหลัก ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ผลิตและจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

ยุคไทยแลนด์ 2.0 เป็นยุคที่เน้นอุตสาหกรรมเบา มีการนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค เกิดอุตสาหกรรมในการผลิตสินค้าและบริการต่างๆ

ยุคไทยแลนด์ 3.0 เป็นยุคปัจจุบันที่เน้นอุตสาหกรรมหนัก เน้นผลิตเพื่อการส่งออกโดยอาศัยความรู้ เทคโนโลยี และแหล่งเงินทุนจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงแรกของยุค แต่ในระยะเวลาต่อมาการเติบโตของเศรษฐกิจเริ่มชะลอตัว ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำและเกิดกับดักรายได้ของประชาชน

รัฐบาลจึงร่วมกับหน่วยงานทุกภาคส่วนบูรณาการการทำงานร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงเป็นที่มาของยุคไทยแลนด์ 4.0 การพัฒนาสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยใช้เทคโนโลยี ภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้น เน้นการสร้างการแข่งขันจากภายในประเทศก่อนแล้วจึงเชื่อมโยงเศรษฐกิจทั่วโลก (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559) โดยมีกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย 5 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มอาหารและเทคโนโลยีชีวภาพ 2) กลุ่มสาธารณสุขและการแพทย์ 3) กลุ่มหุ่นยนต์อุปกรณ์อัจฉริยะ 4) กลุ่มเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ และ 5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (การท่องเที่ยว) โดยอาศัยโครงการประชารัฐและความร่วมมือจากทุกภาคส่วนบูรณาการในการทำงานร่วมกัน ส่งผลให้ประเทศไทยก้าวข้ามปัญหาที่เกิดขึ้นได้

กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่รัฐบาลใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศให้ผ่านวิกฤติของปัญหา เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทรัพยากรธรรมชาติด้านการท่องเที่ยว และการบริการที่มีความหลากหลาย มีศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่งดงาม ควรค่าแก่การอนุรักษ์ รัฐบาลจึงมุ่งความสำคัญไปยังภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ บนพื้นฐานยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานเพื่อลดความเหลื่อมล้ำหลุดจากกับดักรายได้ปานกลาง เกิดความสมดุลในมิติแต่ละด้าน และสามารถแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านได้ ผลการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง ในปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้น ทำให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ รักและหวงแหนชุมชน เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้อยู่เกี่ยวข้อง สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ มีสภาพแวดล้อมสวยงาม สินค้าที่ระลึกมีเอกลักษณ์ และมีรูปแบบการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว (วัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท, 2559) ทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 1 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดีเด่นระดับประเทศประจำปี 2559 รางวัลชนะเลิศกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดีเด่นระดับเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประจำปี พ.ศ. 2559 และนางบุญเพ็ง นาสมยนต์ ประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี – สร้างบง ได้รับรางวัลเกษตรกรหญิงดีเด่น ประจำปี 2560

ผลการจัดเวทีประชาคมมีมติร่วมกันว่า ผลการดำเนินการสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านมาประสบความสำเร็จ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและเยี่ยมชม ช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน ช่วยให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น แต่แหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนากิจกรรมการดำเนินงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาคุณภาพชีวิตคนในชุมชน พัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชน ต่อยอดองค์ความรู้ อนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน และสร้างเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ โดยมิขอเสนอแนะว่าควรเสริมสร้างความเข้มแข็งศักยภาพในการดำเนินงานในด้านต่างๆ ให้มีมาตรฐานสูงขึ้น เพิ่มมูลค่ากิจกรรมและใช้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และขยายผลการดำเนินงานสู่ภายนอกให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้เข้ามา

เรียนรู้และท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยการเสริมสร้างความเข้มแข็งตรวจสอบสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 เพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรรมสมัยใหม่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ การเพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านต่างๆ แก่แรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเพิ่มมูลค่าและสร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ

จากความสำคัญและสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่องการเสริมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ผลการศึกษาจะช่วยเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานทางการตลาด เสริมสร้างความเข้มแข็ง และเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ส่งผลให้ชุมชนและประชาชนที่อาศัยรอบแหล่งท่องเที่ยวหลุดจากกับดักรายได้ปานกลาง มีงานทำ มีรายได้และมีคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ เกิดความสมดุลของสภาพแวดล้อม และประสบความสำเร็จในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
- 2) เพื่อสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
- 3) เพื่อประเมินความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดและความพึงพอใจต่อโครงการอบรมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการเสริมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560 เป็นยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลใช้เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปี โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง จะใช้เป็นหัวใจหลักในการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนต่อไป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 เป็นกรอบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลบนพื้นฐานวิสัยทัศน์ 3 ด้าน ได้แก่ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เพื่อสร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่าย และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559)

แนวคิดการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดโดยอาศัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์และการจัดรายการนำเที่ยว ด้านราคาของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่ายของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว และ ด้านพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของแหล่งท่องเที่ยว (Kotler et al., 2014; วัฒนจิรัชย์ เวชชนินนาท, 2560; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559; ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2557) ซึ่งหากแหล่งท่องเที่ยวจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้นั้น กลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบ ได้แก่ การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Porter, 1990; Barney & Hesterly, 2015)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการสร้างความเข้มแข็ง ได้แก่ ญัฐสินี ทองดี และ กนก บุญศักดิ์ (2560) ศึกษาเรื่องการจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ชี มูล เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวประเทศไทย ลาว และเวียดนาม ผลการศึกษา พบว่าสมาชิกในเครือข่ายเกิดการพัฒนาใน 2 มิติ คือ มิติกลไกเครือข่ายการจัดการตลาด เกิดเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยร่วมกันของชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 เครือข่าย และมีแผนการดำเนินงานของเครือข่าย ในมิติของการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด มีการกำหนดวิสัยทัศน์ทางการตลาดร่วมกันของเครือข่ายคือ “เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์และเอกลักษณ์

ของทรัพยากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและท้องถิ่นได้แก่ วิถีวัฒนธรรมอีสาน ความบริสุทธิ์ของคนอีสานที่สามารถจัดการต้อนรับผู้มาเยือนได้อย่างเป็นเอกลักษณ์ เหมาะสม และมีมาตรฐาน” และ นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2558) ศึกษา การพัฒนารูปแบบขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ได้เสนอ รูปแบบการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด การท่องเที่ยว โดยรูปแบบมีชื่อเรียกว่า “DVRAVATI Model” ได้แก่ 1) D = Difference marketing (การตลาดที่แตกต่าง) 2) V = Visual for variation (การมองอย่างรอบด้าน) 3) A = Attraction of tourism (ความดึงดูดใจของการท่องเที่ยว) 4) R = Responsibility for community (ความรับผิดชอบต่อชุมชน) 5) A = Amenity in tourism (ความประทับใจในการท่องเที่ยว) 6) V = Variousness of marketing tourism (ความหลากหลายของตลาดการท่องเที่ยว) 7) A = Activity marketing (กิจกรรมทางการตลาด) 8) T = Technology for tourism (เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว) และ 9) I = Information system for marketing (ระบบข้อมูลข่าวสารทางการตลาด)

โดยทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัย นำมาใช้เสริมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาด ให้แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed method research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research: PAR) ระยะเวลาในการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2559 – 31 สิงหาคม พ.ศ. 2560 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน รายละเอียดดังต่อไปนี้

1) **ขั้นเตรียมการ** ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560 นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ทฤษฎีการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมข้อมูลผลการศึกษากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1) **การพัฒนาโจทย์วิจัยและการเลือกพื้นที่** การศึกษาการเสริมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาด

เพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เป็นงานวิจัยต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวมีความเข้มแข็งและเกิดความยั่งยืน นักวิจัยได้ลงพื้นที่ติดตามผลการดำเนินงาน โดยประสานไปยังกลุ่มผู้นำชุมชนและสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง ในปีที่ผ่านมา ผู้นำชุมชนได้ประสานกับกลุ่มสมาชิกเพื่อหาวันและเวลาให้นักวิจัยได้เข้ามาพบปะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มสมาชิก ผู้วิจัยลงพื้นที่พูดคุยกับผู้นำชุมชน ประธานและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว โดยนำเสนอข้อมูลสรุปผลการดำเนินงาน ข้อปัญหาในการดำเนินงานเพื่อให้สมาชิกแหล่งท่องเที่ยวร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระยะต่อไป กลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวได้สะท้อนข้อคิดเห็นและปัญหาในการดำเนินงานที่ผ่านมาว่า ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว แต่จำเป็นต้องเสริมสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินงานเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดการพัฒนายั่งยืนต่อไป ที่ประชุมมีความคิดเห็นร่วมกันว่า แหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการดำเนินงาน การขับเคลื่อนในครั้งนี้ควรสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ผู้เข้าร่วมประชุมกำหนดวันจัดเวทีประชาคมเพื่อชี้แจงให้กับสมาชิกได้รับทราบและขอข้อเสนอแนะในการดำเนินงานต่อไป จึงเป็นที่มาของโจทย์วิจัยในครั้งนี้

1.2) **การสร้างทีมวิจัย** ผลการสนทนาก่อนทำให้ได้อาสาสมัครนักวิจัยซึ่งทำหน้าที่เป็นแกนหลักในการดำเนินงานครั้งนี้จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว โดยนางบุญเพ็ง นาสมนนต์ ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอาสาเป็นแกนหลักในการประสานกับกลุ่มสมาชิกต่างๆ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง หลังจากประสานไปยังกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน ทำให้ได้กลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 13 กลุ่ม จำนวน 98 คน และนักวิจัย คณาจารย์ วิทยากร และนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีจำนวน 12 คน รวมทีมวิจัยทั้งสิ้นจำนวน 110 คน

2) ขั้นปฏิบัติการ

ผู้วิจัยออกแบบการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยความร่วมมือของชุมชนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) **กิจกรรมการออกแบบเครื่องมือวิจัย** การออกแบบเครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1) ข้อมูลการศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง โดยการจัดเวทีประชาคม ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันจัดเวทีประชาคมเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเสนอแนวคิดเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 สร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับฟังข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมเวทีประชาคม พร้อมทั้งกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงาน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานคือกลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง มีผู้เข้าร่วมเวทีประชาคม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง จำนวนทั้งสิ้น 31 คน

2.1.2) การสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง โดยใช้การจัดเวทีประชาคม การคัดเลือกโครงการ และการประชุมกลุ่มย่อย โดยนำข้อมูลจากการศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อร่วมกันสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หลังจากนั้นผู้เข้าร่วมเวทีประชาคมคัดเลือกโครงการเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2.1.3) การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อชี้แจง รับฟังความคิดเห็นต่อกิจกรรมการดำเนินงาน และร่วมกันพิจารณาโครงการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง (ช่วงที่ 2) มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ประธานและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง จำนวนทั้งสิ้น 20 คน

2.1.4) การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบงจำนวน 6 โครงการ ได้แก่

(1) โครงการพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวมีชุดอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของตนเองใช้เป็นรายการอาหารเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมและท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และเยาวชนชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง จำนวนทั้งสิ้น 33 คน

(2) โครงการการสร้างสรรคทำรำสำหรับกิจกรรมโฮมพาสแลง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกกลุ่มการแสดงได้มีความรู้และสามารถสร้างสรรคทำรำเพื่อใช้ในการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยวและกิจกรรมโฮมพาสแลง มีผู้เข้าร่วมได้แก่ ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มการแสดง และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง จำนวนทั้งสิ้น 30 คน

(3) โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบงผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่องไทยพีบีเอส มีผู้เข้าร่วมได้แก่ รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี นักข่าวสถานีโทรทัศน์ช่องไทยพีบีเอส ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มการแสดง และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง จำนวนทั้งสิ้น 54 คน

(4) โครงการที่สอนน้อง มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเครือข่ายและขยายผลการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวให้กับกลุ่มบุคคลภายนอกที่สนใจ มีผู้เข้าร่วมได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และสมาชิกกลุ่มต่างๆ ภายนอกชุมชน จำนวนทั้งสิ้น 143 คน

(5) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งใช้ในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวและนำไปใช้ในครัวเรือนเพื่อลดค่าใช้จ่าย มีผู้เข้าร่วมได้แก่ ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มการแสดง และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง จำนวนทั้งสิ้น 35 คน

(6) โครงการพัฒนาเครื่องจักสานเพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมูลค่าและเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าที่ระลึก ช่วยสร้างรายได้ให้ชาวบ้านและแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น มีผู้เข้าร่วมได้แก่ ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มการแสดง และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง จำนวนทั้งสิ้น 34 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีประชาคมประชุมกลุ่มย่อย คัดเลือกโครงการนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) คินข้อมูลให้กลุ่มสมาชิกได้ตรวจสอบความถูกต้อง และนำข้อมูลที่ตรวจสอบแล้วมาใช้ในการสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบงต่อไป

3) **ขั้นสรุปและประเมินผล**

3.1) **ประเมินผลการดำเนินงานและความพึงพอใจ** เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป ข้อมูลความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้าน

การตลาดและความพึงพอใจต่อการจัดโครงการอบรมของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง โดยใช้แบบสอบถามชุดที่ 1 เพื่อประเมินความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดจากกลุ่มสมาชิกจำนวน 98 คน แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปจำนวน 5 ข้อ และ ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 34 ข้อ ใช้การประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert scale มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.90 และแบบสอบถามชุดที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการอบรมโครงการจากกลุ่มขยายผลการดำเนินงานจำนวน 143 คน แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปจำนวน 1 ข้อ และ ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจต่อการอบรมโครงการ จำนวน 17 ข้อ ใช้การประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert scale มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.87 โดยวิเคราะห์ข้อมูล ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ เพื่อให้เห็นภาพรวมของลักษณะประชากร ข้อมูลความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดและความพึงพอใจต่อการจัดโครงการอบรมใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์รายชื่อ รายด้าน และรวมทุกด้าน

3.2) สรุปผลการดำเนินงานและคืนข้อมูล ผู้วิจัยและสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันจัดเวทีประชาคม เพื่อสรุปบทเรียน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรับฟังข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ในช่วงท้ายของการประชุม กลุ่มสมาชิกได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ในอนาคต โดยตั้งความหวังว่าแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความยั่งยืนต่อไป มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง จำนวนทั้งสิ้น 31 คน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องการเสริมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง

ในช่วงปี พ.ศ. 2551 - 2557 บ้านนาดี-สร้างบง มีการ

รวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาเป็นศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง แต่ภายหลังเกิดปัญหาในการดำเนินงาน ส่งผลให้การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดความต่อเนื่อง ประกอบกับยุทธศาสตร์ของรัฐบาลใน ปี พ.ศ. 2558 - 2560 ที่สนับสนุนให้ชุมชนพัฒนาตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นผู้นำชุมชน กลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านมีมติร่วมกันจะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้จุดแข็งคือทุนชุมชนที่มีอยู่ ได้แก่ การรวมกลุ่มวิสาหกิจต่างๆ เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ การทำขนมทองพับ ทอผ้า และ ทอกลก ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และความสามัคคีของคนในชุมชน

ผลการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ในปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา ส่งผลให้ชุมชนบ้านนาดี - สร้างบงเกิดการเปลี่ยนแปลง พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชาวบ้านในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจรักและหวงแหนชุมชน เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผลการดำเนินโครงการมีรายละเอียดดังนี้ (1) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ผลการดำเนินงานช่วยพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดกลุ่มโฮมสเตย์เพื่อใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยว มีสินค้าที่ระลึกสำหรับจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว และมีสภาพแวดล้อมในชุมชนที่สวยงาม (2) โครงการพัฒนารายการนำเที่ยวและการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวมีรายการท่องเที่ยว 2 รูปแบบ เพื่อนำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาท่องเที่ยวและราคารายการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญในการดำเนินงานด้านราคาในอดีตที่ผ่านมา (3) โครงการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวได้รูปแบบการสื่อสารทางการตลาดประเภทต่างๆ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ บ้ายสัญลักษณ์ของกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตัวอักษร “@ นาดี - สร้างบง” เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้ถ่ายภาพและเช็คอิน และสติ๊กเกอร์ติดรถยนต์ ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (4) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “จิตวิทยาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว” หลังจากฝึกอบรม กลุ่มสมาชิกเข้าใจเทคนิค ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการฝึกปฏิบัติการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยจำลองสถานการณ์จริง ช่วยให้สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการให้บริการมากยิ่งขึ้น (5) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการ

สื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว ช่วยให้สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น เมื่อกลุ่มสมาชิกผ่านการอบรมโครงการต่างๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ได้มีกิจกรรมการตลาดรายการนำเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกปฏิบัติจริงและใช้ความรู้ที่ได้จากโครงการต่างๆ ผลการจัดกิจกรรมการตลาดรายการนำเที่ยวพบว่า ชาวบ้านในชุมชนและสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจ เห็นความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยว

2) การสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง

ผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมเวทีประชาคมนำผลจากการศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวไปใช้ในการสร้างความเข้มแข็งการดำเนินการตลาดต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนวคิดนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้กลุ่มสมาชิกสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ซึ่งหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยว 4.0 คือ (1) การสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ครอบคลุมศักยภาพในการดำเนินงานด้านต่างๆ ให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น มุ่งสร้างมูลค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น โดยอาศัยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และ (2) การเชื่อมโยงสู่สังคมภายนอก โดยการขยายผลรูปแบบการดำเนินงานทางการท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยวและกลุ่มบุคคลที่สนใจเรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานก่อนเริ่มกระบวนการสร้างความเข้มแข็ง นักวิจัยได้นำข้อมูลศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดให้กลุ่มสมาชิกและผู้เข้าร่วมเวทีประชาคมร่วมกันตรวจสอบและยืนยันข้อมูล ได้ข้อสรุปว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ควรเพิ่มมูลค่ากิจกรรมการท่องเที่ยว กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวและขยายผลการดำเนินงานภายในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการจัดเวทีประชาคมทำให้ได้โครงการที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งจำนวนทั้งสิ้น 12 โครงการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันคัดเลือกโครงการเพื่อ

ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของโครงการ ลักษณะโครงการ ความเร่งด่วนของโครงการ และพันธกิจของหน่วยงานสนับสนุน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ชุดโครงการ พิจารณาตามหน่วยงานที่ขอรับการสนับสนุนดังต่อไปนี้

(1) โครงการขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาต่อเนื่อง มีพันธกิจให้บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคมเพื่อสร้างความเข้มแข็งจำนวน 7 โครงการ ได้แก่ (1.1) โครงการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง (ช่วงที่ 2) (1.2) โครงการพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว (1.3) โครงการสร้างสรรค์ทำรำสำหรับกิจกรรมโฮมพาแลง (1.4) โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง (1.5) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (1.6) โครงการพัฒนาเครื่องจักสานเพื่อเป็นสินค้าที่ระลึกและ (1.7) โครงการพี่สอนน้อง

(2) โครงการขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากกรมการท่องเที่ยวเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนงบประมาณด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยให้การสนับสนุนทางด้านกิจกรรมการอบรม การศึกษาดูงาน และการสร้างสิ่งสาธารณูปโภคเพื่อใช้ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเปิดรับข้อเสนอโครงการช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2560 จำนวน 5 โครงการ ได้แก่ (2.1) โครงการอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยว (2.2) โครงการศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประสบความสำเร็จ (2.3) โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว (2.4) โครงการพัฒนาสายผ้าทอพื้นเมืองเพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก (2.5) โครงการออกแบบและตัดเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มการแสดง (แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง, 2560) โดยมอบหมายให้ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวดำเนินการเขียนข้อเสนอโครงการ และจัดเตรียมเอกสารเพื่อส่งขอรับการสนับสนุนจากกรมการท่องเที่ยวต่อไป ดังภาพที่ 1

ผู้วิจัย ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านจัดประชุมกลุ่มย่อยนำเอาผลการสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินงานทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง มาตรวจสอบและยืนยันข้อมูลอีกครั้ง โดยกลุ่มสมาชิกได้ลงมติให้ดำเนินโครงการพัฒนาที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีก่อน เนื่องจากผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีให้การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาอย่างเต็มที่ จึงสามารถดำเนินงานได้ทันที



ภาพที่ 1 กิจกรรมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว

สามารถสรุปโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง จำนวน 7 โครงการ ผลการดำเนินโครงการรายละเอียดดังนี้

1) **โครงการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง (ช่วงที่ 2)** ผลจากการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบง (ช่วงที่ 1) ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงามเหมาะสมกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชาวบ้านในชุมชนร่วมกันรักษาความสะอาดในชุมชน มีจุดถ่ายภาพสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยและกลุ่มสมาชิก ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงสภาพแวดล้อม (ช่วงที่ 2) พบว่า ถึงแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีแผนผังบอกตำแหน่งที่ตั้งของกลุ่มท่องเที่ยวต่างๆ แต่ยังคงขาดแผนที่ที่ตั้งของกลุ่มท่องเที่ยวและขาดป้ายบอกทิศทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่สะดวกในการเดินทางไปเยี่ยมชมกลุ่มต่างๆ ด้วยตนเอง จึงได้ข้อสรุปร่วมกันว่าควรจัดทำป้ายบอกทิศทางตามบริเวณทางแยกถนนภายในชุมชน เพื่อแสดง

ทิศทางไปยังกลุ่มต่างๆ พร้อมจัดทำป้ายแผนที่ขนาดใหญ่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของแต่ละกลุ่มท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาที่ตั้งของกลุ่มท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง ผลการดำเนินงานทำให้ได้แผนที่ท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 2 ป้าย ติดตั้งบริเวณภายในศูนย์การเรียนรู้และติดหน้าที่พักโฮมสเตย์ (ภาพที่ 2) และมีป้ายบอกทิศทางไปยังกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายและสามารถเดินทางไปเยี่ยมชมกลุ่มต่างๆ ได้ด้วยตนเอง (ภาพที่ 3)

2) **โครงการพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว** เมื่อชุมชนบ้านนาดี – สร้างบงได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวภายนอก ทำให้มีผู้ที่ต้องการเข้ามาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก แต่กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มียุทธศาสตร์อาหารที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนำเสนอให้นักท่องเที่ยว จึงมีมติร่วมกันว่าควรพัฒนารายการอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ผลจากการจัดโครงการทำให้กลุ่มสมาชิกได้รับความรู้เกี่ยวกับ



ภาพที่ 2 แผนที่ท่องเที่ยวเกี่ยวภายในชุมชน



ภาพที่ 3 ป้ายบอกทิศทางไปกลุ่มท่องเที่ยวภายในชุมชน

การประกอบอาหารที่ถูกละเลยสามารถแบ่งหมวดหมู่ อาหาร จัดกลุ่มอาหาร เรียนรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหาร พัฒนารายการอาหารที่มีเอกลักษณ์ สร้างสรรค์อาหารโดยใช้

วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น ได้รายการอาหารจำนวน 5 รายการ ได้แก่ อ่อมไก่ แจ่วพริกดิบเผา ซุบมะเขือและถั่วฝักยาว ลาบปลาตุ๋น และหมกเห็ดสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 การพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว

3) โครงการสร้างสรรค์ทำร่ำสำหรับกิจกรรมโฮมพาแลง ปัญหาของกลุ่มการแสดงที่พบคือ กลุ่มการแสดงไม่มีทำพ็อนร่ำที่เป็นเอกลักษณ์ ทำพ็อนร่ำที่ใช้ในการแสดงเป็นทำพ็อนร่ำที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ เป็นทำร่ำแข็งและทำพ็อนร่ำขบวนแห่ที่นำมาประยุกต์แบบง่ายๆ ผลจากโครงการส่งผลให้กลุ่มสมาชิกร่วมกันออกแบบทำร่ำที่มีเอกลักษณ์ โดยการนำภูมิปัญญาของชุมชนมาวิเคราะห์และออกแบบทำร่ำให้มีเอกลักษณ์โดยคงลักษณะตามท้องถิ่นเป็นพื้นฐาน คือ การทอผ้า และการรำกลองยาว เพื่อใช้ในการรำในขบวนแห่และการแสดงการรำแข็งทอผ้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน (ภาพที่ 5) ปัจจุบันกลุ่มการแสดงมีรูปแบบการทำร่ำสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวและมีโอกาสแสดงในพิธีเปิดโครงการที่สำคัญ เช่น การแสดงในพิธีเปิดนิทรรศการจำหน่ายสินค้าบริการวิสาหกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นต้น (ภาพที่ 6)

4) โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องสร้างการรู้จักและให้ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้สนใจอย่างต่อเนื่อง หลังจากการดำเนินงาน แหล่งท่องเที่ยวได้มีโอกาสเผยแพร่ในรายการ Thailand today ของสถานี NBT World กรมประชาสัมพันธ์ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างการรู้จักและให้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ มากยิ่งขึ้น สมาชิกจึงได้วางแผนการนำเสนอข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และกิจกรรมการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวทางสถานีโทรทัศน์อีกครั้ง โดยเลือกรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชุมชน ท้องถิ่น และสนับสนุนการท่องเที่ยว คือ รายการนักข่าวพลเมือง สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส กลุ่มสมาชิกได้ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมการดำเนินกิจกรรมแต่ละกลุ่ม โดยเลือกวันที่จะถ่ายทำรายการตรงกับวันที่มีการต้อนรับ



ภาพที่ 5 กิจกรรมสร้างสรรค์ทำร่ำสำหรับกิจกรรมโฮมพาแลง



ภาพที่ 6 การแสดงในพิธีเปิดนิทรรศการและจำหน่ายสินค้าและบริการ

นักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงราย โดยออกอากาศในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 เวลา 22.00 น. ชื่อตอน “วิถีชุมชนพึ่งตนเอง บ้านนาดี-สร้างบง” โดยนางสุกานดา ไชยสาคร (วิทยากรกลุ่มการแสดง) เป็นผู้นำเสนอข่าว เนื้อหาของการนำเสนอเกี่ยวกับกลุ่มชาวบ้าน ‘บ้านนาดี-สร้างบง’ ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ที่น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียงหลักปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มาปรับใช้จนเกิดกระบวนการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนพึ่งตนเองและเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเกษตรอย่างยั่งยืนที่เปิดให้ผู้สนใจเข้ามาศึกษาดูงาน (ภาพที่ 7)

5) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หลังจากที่ชุมชนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้มียุทธศาสตร์นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเรื่องสุขอนามัยและความสะอาดของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย ได้แก่ โลชั่นถนอมผิว ครีมอาบน้ำ แชมพูสระผม และน้ำยาล้างมือสำหรับนักท่องเที่ยว ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ปลอดภัย พิษ อีกทั้งยังช่วยลด



ภาพที่ 7 รายการนักข่าวพลเมือง สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
ที่มา : (นักข่าวพลเมือง, 2560)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากร้านค้าและสมาชิกสามารถนำมาใช้ในครัวเรือนของตนเองได้ (ภาพที่ 8)

6) **โครงการพัฒนาเครื่องจักรสานเพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก** การจักสานเป็นกิจกรรมที่ชาวบ้านในชุมชนทำหลังจากเสร็จภารกิจประจำวันเพื่อให้มีอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ตะกร้า กระชอม สุ่มไก่ เป็นต้น หลังจากการอบรมทำให้กลุ่มได้สินค้าที่ระลึกจากเครื่องจักสานใหม่เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ กระชอนน้อย/ชั่งน้อย เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าที่ระลึก สร้างงานให้กับกลุ่มสมาชิก อนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น และสร้างรายได้ให้กับแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (ภาพที่ 9 - 10)

7) **โครงการที่สอนน้อง** เป็นโครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และขยายผลการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ช่วยสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินงานในระยะยาว เกิดเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานกับหน่วยงานต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ สำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์ เกษตรอำเภอกุ่มกวาวปี การศึกษานอก

โรงเรียนอำเภอกุ่มกวาวปี การศึกษานอกโรงเรียนตำบลผาสุก เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยว ชาวบ้านในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง โดยใช้กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรม มีวิทยากรประจำกลุ่มกิจกรรมจำนวน 13 กลุ่ม ได้แก่ (1) วิทยากรกลุ่มน้ำพริกปลาร้ากระปุก คือ นางประไพศรี พรเพ็ญ (2) วิทยากรกลุ่มขนมทองพับ คือ นางเข็มพร นาสะอ้าน (3) วิทยากรกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว คือ นางบุญเพ็ง นาสมนต์ (4) วิทยากรกลุ่มเพาะเห็ด คือ นางบุญมี นิลเขต (5) วิทยากรกลุ่มน้ำยาล้างจาน คือ นางอุบล ฐานะ (6) วิทยากรกลุ่มไม้กวาด คือ นางอุทร มหาคาม (7) วิทยากรกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง คือ นางคำดวง ศรีเกียรติ (8) วิทยากรกลุ่มทอกก คือ นางประเวียง ทองฟู (9) วิทยากรกลุ่มหมอบ้านและหมอนวด คือ นายพ่ออ่อน มาตรา (10) วิทยากรกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ คือ นางบังอร นาชัยคำ (11) วิทยากรเลี้ยงไก่ไข่ คือ นายบัญญัติ นิลเขต (12) วิทยากรโรงสีข้าว คือ นายวิพาท ทาแก้ว และ (13) วิทยากรกลุ่มการแสดง คือ นางสุกานดา ไชยสาคร ซึ่งทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้แก่



ภาพที่ 8 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 9 สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวร่วมกันออกแบบสินค้าที่ระลึก



ภาพที่ 10 สินค้าที่ระลึกสำหรับจัดจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว

ผู้ที่มาเยี่ยมชมและศึกษาดูงาน การขยายผลการดำเนินงาน ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง มีโอกาสร่วมรับเสด็จ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และถวาย รายงานผลการดำเนินงานโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียง ระยะที่ 3 และการดำเนินงานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้ง มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรและนักเรียนเศรษฐกิจพอเพียงจังหวัดบึงกาฬ คณะผู้บริหารและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เข้ามาศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เศรษฐกิจพอเพียง และกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่างๆ กลุ่มโรงเรียนต่างๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงได้เข้ารับการอบรม ได้แก่ โรงเรียนพันดอนวิทยา อบรมการเพาะเชื้อเห็ดนางฟ้าภูฐานเพื่อใช้บริโภคในชีวิตประจำวัน และโรงเรียนบ้านนาดี - สร้างบง อบรมการทำไม้กวาดเพื่อใช้ในครัวเรือน ซึ่งสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวสามารถถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีอยู่แก่นักท่องเที่ยวเพื่อนำไปต่อยอดในการดำเนินงานและใช้ในชีวิตประจำวัน (ภาพที่ 11)

3) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดและความพึงพอใจต่อโครงการอบรมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

ผู้วิจัยและกลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวร่วมสรุปผลการดำเนินงานการเสริมสร้างความเข้มแข็งแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมเวทีประชาคมร่วมแสดง

ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและให้ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ในโอกาสต่อไป ผู้วิจัยค้น ข้อมูลความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและความพึงพอใจต่อการจัดโครงการอบรมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบงให้กลุ่มสมาชิกได้รับทราบรายละเอียดดังนี้

ผลการประเมินความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 71.40 มีอายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 สถานภาพสมรส จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 ระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.90 ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 และมีรายได้ 5,000 - 10,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 กลุ่มสมาชิกมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{x} = 4.05$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่ายแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.34$) ด้านพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ($\bar{x} = 4.16$) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.07$) ด้านผลิตภัณฑ์และการจัดรายการนำเที่ยว ($\bar{x} = 4.04$) ด้านบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.99$) ด้านกระบวนการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.9$) ด้านการส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.97$) และด้านราคาแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.84$)



ภาพที่ 11 การขยายผลการดำเนินงาน

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความคิดเห็นว่าการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวภายในชุมชนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีป้ายบอกทางและแผนที่ท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยวภายในชุมชน การขยายผลการดำเนินงานทำให้

หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสำคัญกับการดำเนินงานและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ชุมชนจัดขึ้น สนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมการอบรมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชาวบ้าน และนักเรียนในชุมชนใกล้เคียงได้เข้ามาเรียนรู้ เกิดการแลกเปลี่ยน เกิดความผูกพันระหว่างคนในชุมชนและแขกผู้มาเยือน (ภาพที่ 12)



ภาพที่ 12 สรุปรบทเรียนและคืนข้อมูล

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการอบรมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบงพบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อการจัดโครงการอบรมของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ด้านการนำความรู้ไปใช้ ($\bar{x} = 4.21$) ด้านวิทยากร ($\bar{x} = 4.09$) ด้านความสำเร็จของการอบรม ($\bar{x} = 4.06$) ด้านสถานที่และระยะเวลาการอบรม ($\bar{x} = 4.03$) และด้านความรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ($\bar{x} = 3.99$) สามารถอธิบายได้ว่า ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปใช้ในการดำเนินชีวิต เนื่องจากเนื้อหาการอบรมสอดคล้องกับความรู้และวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนและสามารถนำไปเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่นๆ ได้ วิทยากรสามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้ชัดเจนสรุปเข้าใจง่าย

และเปิดโอกาสให้ซักถาม ส่งผลให้ผู้รับการอบรมเกิดความประทับใจในการจัดกิจกรรมอบรม

อภิปรายและสรุปผล

ผลการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว โดยนำวิถีการดำรงชีวิตของชาวบ้านในชุมชนมาจัดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวชุมชน ได้เข้ามาเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชน ผลการจัดเวทีประชาคมทำให้ทราบถึงข้อค้นพบและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระยะต่อไป โดยกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคือ ต้องเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายใน

ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ และสร้างสมดุลให้ด้านต่างๆ สอดคล้องกับสิทธิ เมซินทรีย์ (2559) หัวใจของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือการพัฒนาชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวต้องเกิดจากการเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในชุมชนตนเอง กลุ่มสมาชิกต่างๆ ภายในชุมชนเกิดความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ ลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น และคนในชุมชนมีรายได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง มีความเข้มแข็งสามารถแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ และตอบสนองนโยบายของรัฐบาลเพื่อเข้าถึงแหล่งทุนสนับสนุนจากกรมการท่องเที่ยวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป ผลจากการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านในชุมชนแบ่งผลการดำเนินงานออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) การสร้างความเข้มแข็งจากภายในผ่านโครงการสร้างสรรค์ทำร่ำสำหรับกิจกรรมโฮมพาแลง โครงการพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว โครงการพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และโครงการพัฒนาเครื่องจักสานเพื่อเป็นสินค้าที่ระลึก เป็นการต่อยอด สืบสาน อนุรักษ์ภูมิปัญญา เพิ่มมูลค่าของกิจกรรมที่ชุมชนมีอยู่เดิม และสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชนเพื่อเกิดการพัฒนายั่งยืน อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับสมาชิกและคนในชุมชน โดยอาศัยการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่อบอุ่น ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างจริงใจ มีน้ำใจ และอัธยาศัยไมตรีที่ดีของกลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวและคนในชุมชน สอดคล้องกับ ญัตติของดี และ กนก บุญศักดิ์ (2560) วิสัยทัศน์ทางการตลาดร่วมกันของเครือข่ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องสะท้อนอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ วิถีวัฒนธรรมอีสาน ความบริสุทธิ์ของคนอีสาน มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มป้ายบอกทางและแผนที่ท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนและเกิดความผูกพันให้คนในชุมชน

2) การขยายผลการดำเนินการสู่ภายนอกชุมชนเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือและความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว

อื่นๆ และชุมชนใกล้เคียง ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์นั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการทำงานร่วมกัน ผลการขยายผลช่วยเผยแพร่องค์ความรู้ เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว ชาวบ้านในชุมชน และกลุ่มขยายผล สามารถนำความรู้ที่มีไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ เกิดความรักและความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงอายุและเด็กนักเรียนที่เข้ามาอบรม อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็งของสังคมสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560 การพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนจะต้องดำเนินการควบคู่และเกื้อหนุนกันทั้ง 3 ด้าน คือด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ และด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ซึ่งผลการดำเนินงานที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดียิ่งขึ้น เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชน สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนได้หันมาให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่นและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชนเกิดการพัฒนาลู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ต่อไป

การเปลี่ยนแปลง การนำไปใช้ ประโยชน์ และความยั่งยืน

การศึกษาเรื่องการเสริมสร้างความเข้มแข็งการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง ผ่านการเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมการท่องเที่ยว เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มใหม่คือ กลุ่มการแสดงรำต้อนรับและได้รายการอาหารที่มีเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นในการปรุงอาหาร ผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวส่งผลให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดความตื่นตัวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ซึ่งในอดีตการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวจะดำเนินเฉพาะสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ เท่านั้น หลังจากมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาดูงานและเรียนรู้จากกลุ่มกิจกรรมต่างๆ มากยิ่งขึ้น สมาชิก

จึงได้ร่วมกันพิจารณาแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจนและหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวตามกิจกรรมที่มีอยู่ในชุมชน เกิดการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการขึ้นใหม่ ช่วยสร้างงานและสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น ชุมชนมีรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยวและรายได้จากการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น นอกเหนือจากที่กล่าวมาชุมชนมีการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีการจัดทำป้ายบอกทิศทางไปยังกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ และแผนที่ท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ผลจากพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี – สร้างบงกับหน่วยงานภายนอกมากยิ่งขึ้น เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ความร่วมมือในด้านต่างๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญและจัดกิจกรรมให้บุคลากร นักเรียน และนักศึกษาได้เข้ามาเรียนรู้รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ อีกทั้งช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและเปิดโอกาสให้กลุ่มสมาชิกเขียนข้อเสนอขอรับการสนับสนุนทุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยวและมีความตั้งใจที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1) ควรศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีและจังหวัดใกล้เคียง ผลจากการศึกษาทำให้ทราบแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงซึ่งควรสนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ (ที่เลี้ยง) สำหรับให้คำแนะนำและช่วยเหลือการดำเนินงานด้านต่างๆ แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต่ำกว่าในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนของ

แหล่งท่องเที่ยว

2) แหล่งท่องเที่ยวควรสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มช่องทางรายการนำเที่ยว การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน การจัดการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการขาย (Fam trip) สำหรับบริษัทนำเที่ยว หรือการจัดรางวัลนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน (Incentive tour) เป็นต้น

3) ควรนำรูปแบบการท่องเที่ยวสีเขียว (Green tourism) เข้ามาใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่จะเกิดผลกระทบตามมาจากการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาเศษขยะของนักท่องเที่ยว เศษอาหารจากการบริโภคของผู้เข้าศึกษาดูงาน รณรงค์ปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงามและเกิดความยั่งยืนของชุมชนต่อไป

4) สร้างมาตรฐานของกิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวควรสร้างเครื่องมือเพื่อตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานให้มีมาตรฐานตามที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งไว้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี สัญญาทุนเลขที่ 2560UDRU09MS01 ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เกษตรจังหวัดอุดรธานี เกษตรอำเภออำเภอกุมภวาปี สำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน คณาจารย์ วิทยากร นักศึกษา ผู้สื่อข่าว ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวชาวบ้านบ้านนาดี – สร้างบง และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ช่วยทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560. จาก www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2559.
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. 2559. พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. จาก www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2559.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. 2557. การวางแผนและพัฒนากการตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 12. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.

- ณัฐริณี ทองดี และ กนก บุญศักดิ์. 2560. การจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ชี มูล เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวประเทศไทย ลาว และเวียดนาม. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*. 9(2); 122-137.
- นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ. 2558. การพัฒนารูปแบบขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 35(1); 22-37.
- นักข่าวพลเมือง. 2560. วิถีชุมชนพึ่งตนเอง บ้านนาดี-สร้างบง. จาก www.facebook.com/citizenthaiPBS/videos/1576736069021593/.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2559. การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เฟรนด์ข้าหลวง พรินดี้งแอนด์พับลิชชิ่ง. นนทบุรี.
- วัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท. 2559. การเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. อุดรธานี.
- วัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท. 2560. การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. อุดรธานี.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. 2559. ไชรทัส “ประเทศไทย 4.0 “สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง. จาก www.thairath.co.th/content/613903. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2559.
- แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง. 2560. โครงการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนบ้านนาดี - สร้างบงเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อขอรับเงินอุดหนุนทั่วไปด้านการท่องเที่ยวชุมชน. แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี - สร้างบง. อุดรธานี.
- Barney, J. B & Hesterly, W. S. 2015. *Strategic management and competitive advantage: concepts and cases*. Pearson, Prentice Hall. Boston.
- Kotler, P. et al. 2014. *Marketing for hospitality and tourism*. 6th ed. Pearson, Prentice Hall. New Jersey.
- Porter, M. E. 1990. *The competitive advantage of nations: with a new introduction*. The Free Press. New York.