

การเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาด เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

วัฒน์จิรัชย์ เวชชินินนาท¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและรูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาด 2) สร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาด และ 3) ประเมินความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ 1) ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน 2) กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมวิจัย จำนวน 86 คน 3) กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมทดลองรายการนำเที่ยวจำนวน 95 คน สุ่มแบบเจาะจง 4) ชาวบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 322 คน สุ่มแบบสัดส่วนและแบบบังเอิญ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดเวทีประชาคม ประชุมกลุ่มย่อย สัมภาษณ์ศึกษาดูงาน วิเคราะห์ SWOT อบรมเชิงปฏิบัติการทดลองรายการนำเที่ยว ประเมินผลการดำเนินงานสรุปบทเรียน และคืนข้อมูลผลการศึกษาพบว่า บ้านนาดี-สร้างบงเป็นชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว โดยที่ผ่านมา มีการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการ ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ได้โครงการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดส่งผลให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ รักและหวงแหนชุมชน เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ มีสภาพแวดล้อมสวยงาม สินค้าที่ระลึกมีเอกลักษณ์และมีรูปแบบการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ผลการประเมินพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.53$) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$)

คำสำคัญ : ศักยภาพทางการตลาดและการท่องเที่ยว



สาขาวิชา : การตลาด



วัฒน์จิรัชย์ เวชชินินนาท

หัวหน้าคณะวิจัย

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อีเมล : wetchaninnart@gmail.com

¹ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000



Development of marketing potential to enhance the sustainable tourism of Ban Nadee-Sangbong Community, Pha Sook, Kumpawapee, Udonthani

Watchirachai Wetchaninnart¹

Field : Marketing

Abstract

The purposes of this research were; 1) to study context and style of marketing operations 2) to create guidelines for enhancing the marketing potential and 3) to assess tourists' opinions and satisfaction with the operation of tourist activities. The subjects in this study were 1) 17 key informants, 2) 86 samples participated in research activities, 3) 95 purposive samples joined the trial village tour, and 4) 322 Nadee-Sangbong villagers randomly selected by proportion and accidental sampling. The data were collected by the community forum, small group meeting, interview, observe activities, SWOT analysis, workshop, touring experiment, result assessment, lesson summarizing, and returning results to the community. The result showed that the community has tourism potential, but over the past years, the community did not yet launch systematically tourist activities. Therefore, tourist activities did not meet the needs of tourists. The result of creating guidelines to enhance the marketing potential was that five projects were launched to develop the marketing potential of tourist attractions in the community. Developing marketing potential resulted people to be proud of, to love and to cherish their community. The result of villagers' participation in the operation enabled the community to provide services to tourists, to conserve the beauty of environment, to create the unique souvenirs, and the effective communication of information-giving for tourists was developed. The assessment showed that the participants' opinions on the overall operation were at an agree level ($\bar{X} = 3.53$) and tourists' satisfaction on the overall operation were at a high level ($\bar{X} = 4.01$).

Keywords : Marketing potential and tourism



Watchirachai Wetchaninnart

Head of research team

Faculty of Management Science

Udon Thani Rajabhat University

Email: wetchaninnart@gmail.com

¹ Department of Marketing, Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University, Muang, Udon Thani 41000

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่มาของรายได้นำเงินตราเข้าสู่ประเทศ โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงของการท่องเที่ยว (TDGDP) ประมาณร้อยละ 5.45 เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558, 24) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นภาคครัว ภาคเอกชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนชุมชนรอบๆ ให้เกิดกระบวนการพัฒนาการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เกิดการแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิตสินค้า และจัดจำหน่ายสินค้าบริการให้แก่นักท่องเที่ยว เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจชุมชน ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวบ้านในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้น จากความสำคัญของการท่องเที่ยวที่กล่าวมานั้น ภาครัฐและภาคเอกชนได้เร่งพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น เส้นทางคมนาคม เทคโนโลยี และการสื่อสาร เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จนเกิดปัญหาด้านการท่องเที่ยวตามมา เช่น ปัญหาอาชญากรรมเพิ่มมากขึ้น ทรัพยากรทางธรรมชาติ ถูกทำลาย สิ่งอำนวยความสะดวกไม่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว และเกิดการแข่งขันด้านราคากระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดความสนใจการท่องเที่ยวกระแสหลัก เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวกระแสหลักสร้างปัญหาให้กับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวทางเลือกที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว และรักษาวิถีการดำรงชีวิตของชาวบ้านในท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเพิ่มขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกชุมชนได้ร่วมกันคิดวางแผน จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คงความเป็นเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น แบ่งปันผลประโยชน์และรายได้จากการท่องเที่ยว รวมทั้งควบคุมและประเมินผลการทำงานร่วมกัน

ชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ได้รับคัดเลือกเป็นแหล่งเรียนรู้ โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ระดับอำเภอ ดีเด่น ระดับเขตตรวจราชการ ประจำปีงบประมาณ 2558 ชาวบ้านในชุมชนมีความรักความสามัคคี มีอัธยาศัยไมตรี ภายในชุมชนมีการรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามหลักปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 11 กลุ่มกิจกรรม มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใกล้ชุมชน เช่น วัดป่าบ้านตาด วัดพระธาตุบ้านเดียม วัดป่าดอนแก้ว พิพิธภัณฑ์แห่งชาติบ้านเชียง (มรดกโลก) และทะเลบัวแดง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประกาศให้เป็น Unseen In Thailand อีกทั้งสถานีโทรทัศน์ซีเอ็นเอ็น (CNN) ยกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และแปลกตาที่สุดอันดับ 2 ของโลก (Matt, 2015) โดยช่วงเทศกาลท่องเที่ยวทะเลบัวแดงจะมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก และไม่ตรีจิตของชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจบริบทชุมชน พูดคุยกับกลุ่มสมาชิก รวบรวม จุดเด่น จุดด้อย และปัญหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง พบว่า ถึงแม้ชุมชนจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น หากแต่ยังขาดการจัดรายการนำเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้าไปร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนไม่ครบทุกกิจกรรม ปัญหาการกำหนดราคารายการนำเที่ยวไม่เหมาะสม สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวไม่สวยงาม กระบวนการให้บริการขาดความต่อเนื่อง และขาดพันธมิตรเพื่อร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมในด้านต่างๆ ส่งผลให้การดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจเอาไว้

จากความสำคัญและสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มงานบริหารการปกครองอำเภอกุมภวาปี (17 ธันวาคม 2558) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการอำนวยความสะดวก การประสานงาน ให้คำปรึกษา และพัฒนาท่องเที่ยว เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวยังประสบปัญหาตามที่กล่าวมาข้างต้น จึงเชิญผู้วิจัยทำการศึกษาและสร้างแนวทางการพัฒนาการตลาดทางการท่องเที่ยวให้กับชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่องการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยจะช่วยพัฒนาชุมชนบ้านนาดี-สร้างบงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง มีความภาคภูมิใจรักถิ่นฐานบ้านเกิด มีงานทำ มีรายได้ คุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ร่วมกันใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชน สร้างองค์ความรู้ทางวิชาการ ช่วยพัฒนา

ธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการที่เกี่ยวข้องให้มีศักยภาพในการดำเนินงานด้านการตลาดมากยิ่งขึ้น และเกิดความยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและรูปแบบการดำเนินงาน ด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อประเมินความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยใช้แนวคิดดังต่อไปนี้

- 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2551, พิมพ์วิ โรจน์รุ่งสัจ, 2556) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนและพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่ความยั่งยืน
- 3) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (วรรณดี สุทธิธาร, 2556) ศึกษาหลักการและกระบวนการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เทคนิค และเครื่องมือในการวิจัยเชิงปฏิบัติการ
- 4) การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดจำนวน 9 ด้าน คือ (1) ผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว (2) ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์และการจัดรายการนำเที่ยว (3) ด้านราคาของแหล่งท่องเที่ยว (4) ด้านการจัดจำหน่ายของแหล่งท่องเที่ยว (5) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (6) ด้านการส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว (7) ด้านกระบวนการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (8) ด้านบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว และ (9) ด้านพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของแหล่งท่องเที่ยว (Inkson, C. & Minnaert, L., 2012; 330, Chaudhary, M., 2010; 64, Kotler, P., Bowen, J. T. & Makens, J. C., 2014; 9,

Morrison, A. M., 2013; 72, บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555, ผลอง ศรี พิมพ์สมพงษ์, 2554) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานและพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว

5) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (เลิศพร ภาระสกุล, 2555) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

6) การประเมินผลการปฏิบัติงานโดยรูปแบบชิป (CIPP model) (Stufflebeam, D. L., 2000, 284) ประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละชั้น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และ

7) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทรงพล อุปชิตกุล และคณะ (2545) การเพิ่มศักยภาพในการพัฒนารูปแบบการผลิตสินค้าประเภทของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ปรีวรรค สมณี (2552) การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นฐาน เกาะภูกระแต ตำบลโนนกลาง อำเภอบึงโขงหลง จังหวัดบึงกาฬ พงา บุญคุ้ม และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2558) การพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มภาคกลางตอนล่างและ เพ็ญศรี เจริญวานิช บุญเลิศ เล็กสมบูรณ์ และ สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2546) การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

โดยทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และประเมินผลการปฏิบัติงานโดยรูปแบบชิป (CIPP model) เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง มีระยะเวลาในการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2558 - 31 เมษายน 2559 รายละเอียดในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

(ก) การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้เข้าร่วมกระบวนการวิจัย ใช้การสุ่มแบบเจาะจง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 17 คน

2) กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมวิจัย ได้แก่ ชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 86 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) การจัดเวทีประชาคม จำนวน 3 ครั้ง 2) การประชุมกลุ่มย่อย จำนวน 4 ครั้ง 3) แบบสัมภาษณ์ 4) การศึกษาดูงาน และ 5) การวิเคราะห์ SWOT

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยศึกษาบริบท รูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาด สร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้การจัดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ โครงการศึกษาดูงาน การวิเคราะห์ SWOT การอบรมเชิงปฏิบัติการ การทดลองรายการนำเที่ยว การสรุปบทเรียน และการคืนข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล นำเอาข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ โครงการศึกษาดูงาน การวิเคราะห์ SWOT นำมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว

(ข) การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1) ชาวบ้านบ้านนาดีและบ้านสร้างบง ใช้วิธีการสุ่มแบบสัดส่วนและแบบบังเอิญ ใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1967 อ้างถึงในสุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544; 127) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 310 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 322 คน 2) นักท่องเที่ยว (กิจกรรมทดลองรายการนำเที่ยว) ใช้การสุ่มแบบเจาะจงจากชาวบ้านบ้านนาดี-สร้างบง ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้สื่อข่าว และนักท่องเที่ยว จำนวน 95 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด 1) แบบสอบถามชุดที่ 1 มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 และ 2) แบบสอบถามชุดที่ 2 มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 โดยแบบสอบถามทั้ง 2 ชุดใช้การประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert scale

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากชาวบ้านและนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป ข้อมูลความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและข้อมูลความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง

การวิเคราะห์ข้อมูล ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างใช้

การแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ เพื่อให้เห็นภาพรวมของลักษณะประชากร ข้อมูลความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์รายข้อ รายด้าน และรวมทุกด้าน

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ขั้นเตรียมการ

1) ผู้วิจัยลงพื้นที่พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน และความเป็นไปได้ในการทำงานเพื่อพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันในอนาคต มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธาน และสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 คน

2) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บริบทแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อใช้พัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกับกลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธาน และสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 คน

3) จัดเวทีประชาคมครั้งที่ 1 เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แผนการดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและชุมชน รับฟังแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 18 คน

4) การจัดประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 1 เพื่อรับฟัง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับบริบทและรูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ประธาน และสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 17 คน

5) โครงการศึกษาดูงานการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานไปพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ประธานและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 14 คน

2. ขั้นปฏิบัติการ

6) การจัดเวทีประชาคมครั้งที่ 2 เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับฟังข้อเสนอแนะ และร่วมกันสร้างแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว

สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 86 คน

7) สัมภาษณ์กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 11 กลุ่ม ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จำนวน 8 ข้อ เพื่อเก็บข้อมูลการดำเนินงานของกิจกรรมการท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง โดยการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 11 คน

8) การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 2 เพื่อพัฒนารายการนำเที่ยว และการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ประธานและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 17 คน

9) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 4 โครงการ ได้แก่

9.1) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน” เพื่อให้สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวได้มีความรู้ด้านการตลาด ก่อนที่จะเดินทางไปศึกษาดูงานที่แหล่งท่องเที่ยว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ประธานสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง และนักศึกษาสาขาการตลาดเข้าร่วมสังเกตการณ์ จำนวน 20 คน

9.2) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง มีกิจกรรมย่อย 3 กิจกรรม ได้แก่ 1. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ 2. การพัฒนาสินค้าที่ระลึกเชิงสร้างสรรค์ 3. กิจกรรมปรับปรุงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ซึ่งทั้ง 3 กิจกรรมจะช่วยให้สมาชิกมีความรู้ด้านการจัดการบ้านพัก สามารถนำไปปรับปรุงบ้านพักให้เหมาะสม มีสินค้าที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม และมีกิจกรรมสันตนาการเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวในอนาคต มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 20 คน

9.3) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “จิตวิทยาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวได้มีความรู้กระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว ชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง และนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว จำนวน 33 คน

9.4) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวได้มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว

เที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 21 คน

10) การจัดประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 17 คน

11) การจัดทดลองรายการนำเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทดลองรายการนำเที่ยว จัดขึ้นในวันที่ 28 มีนาคม 2559 และ 2 เมษายน 2559 จำนวน 2 วัน ณ แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ชาวบ้านบ้านนาดี-สร้างบง ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้สื่อข่าว และนักท่องเที่ยว จำนวน 95 คน

12) เก็บข้อมูลความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของนักท่องเที่ยว จำนวน 95 คน โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว

13) เก็บข้อมูลความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดจากชาวบ้านบ้านนาดี และบ้านสร้างบง จำนวน 322 คน เพื่อประเมินความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว

3. ขั้นสรุปและประเมินผล

14) การจัดเวทีประชาคมครั้งที่ 3 เพื่อสรุปทบทวนแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรับฟังข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว ชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง และนักศึกษาสาขาการตลาด จำนวน 57 คน

15) การจัดประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 4 เพื่อคืนข้อมูลความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวให้สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวได้รับทราบ และนำไปปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ มีผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 16 คน

16) เผยแพร่ผลการดำเนินงานตามกิจกรรมพิเศษที่จัดโดยภาครัฐและภาคเอกชน เช่น เข้าร่วมสัมมนา โครงการส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนตามพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ณ หอประชุมไพร

พะยอม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

17) เผยแพร่ผลการดำเนินงาน โดยการบันทึกเทปรายการ Thailand Today ของสถานี NBT World กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ให้ผู้รับชมรายการใน 177 ประเทศทั่วโลกได้รู้จักอย่างแพร่หลาย

18) ประชุมกลุ่มย่อยทบทวนการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ 3 เดือน หรือกรณีเร่งด่วน เพื่อพัฒนาการดำเนินงานด้านแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บริบทแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง มีสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกเนื่องจากที่ตั้งหมู่บ้านติดถนนสายมิตรภาพ อุดร - ขอนแก่น ชาวบ้านในชุมชนมีอริยาศัยไมตรี มีการรวมกลุ่มจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 11 กลุ่มสามารถนำไปพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) กลุ่มน้ำพริกปลาร้ากระปุก 2) กลุ่มขนมทองพับ 3) กลุ่มโฮมสเตย์ 4) กลุ่มเพาะเห็ด 5) กลุ่มน้ำยาล้างจาน 6) กลุ่มไม้กวาด 7) กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง 8) กลุ่มทอกก 9) กลุ่มหม้อพื้นบ้าน 10) กลุ่มหมอนวด และ 11) กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ ชาวบ้านในชุมชนเข้าใจความสำคัญของการท่องเที่ยวว่า จะช่วยสร้างรายได้ให้ชุมชน พัฒนาชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งเกิดความสามัคคี สร้างความร่วมมือในการทำงาน เกิดการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้านในชุมชน ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวส่งผลกระทบด้านลบต่อชุมชน เช่น ปัญหาอาชญากรรม การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชน และขาดความเป็นส่วนตัว

รูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง

แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง นำเอาวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวบ้านในชุมชนที่มีเอกลักษณ์มาจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ร่วมกิจกรรมกับชาวบ้าน เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ การทำขนมทองพับ ทอผ้า และทอกก สภาพแวดล้อมของชุมชนมีความเหมาะสมกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากชาวบ้านบ้านนาดี-สร้างบงร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมและการ

ดำรงชีวิตไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัส ภายในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น บ้านพัก ร้านอาหาร สุขาที่จอดรถ ศูนย์บริการข้อมูล และร้านขายของที่ระลึก มีการตั้งกลุ่มโฮมสเตย์จำนวน 7 หลังคาเรือน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใกล้ เคียง คือ ทะเลบัวแดง พระธาตุดอนหลวง และพระธาตุดอนแก้ว การเดินทางไปท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงมีความสะดวก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถรับจ้าง ด้านการส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ปัจจุบันใช้สื่อของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว เช่น เฟซบุ๊ก เอกสารแผ่นพับ ป้ายไวเนล วิดีทัศน์ การแนะนำแบบปากต่อปากจากผู้ที่เคยมาศึกษาดูงาน และการจัดกิจกรรมร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง รวมตัวกันทำกิจกรรมร่วมกันมีอริยาศัยไมตรีที่ดี รักในงานบริการ มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เช่น ฝ่ายกิจกรรมท่องเที่ยว ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายการแสดง ฝ่ายสถานที่ ฝ่ายอาหาร และฝ่ายรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนนั้น ต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกชุมชน โดยได้รับการสนับสนุนจากอำเภอกุมภวาปี เกษตรอำเภอกุมภวาปี พัฒนาชุมชนอำเภอกุมภวาปี องค์การบริหารส่วนตำบลผาสุก และคณะวิทยากรจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการดำเนินงานของชุมชน

สภาพปัญหาของการดำเนินงานทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว

สภาพปัญหาของการดำเนินงานทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ที่พบคือบ้านพักสำหรับนักท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากสมาชิกกลุ่มบ้านพักไม่มีความรู้ในการปรับปรุงบ้านพักให้มีมาตรฐาน และสินค้าที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความหลากหลาย มีเพียงสินค้าของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ ซึ่งกลุ่มสมาชิกต้องการพัฒนาสินค้าที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาสำหรับขายให้นักท่องเที่ยว ด้านการจัดรายการนำเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงไม่มีรายการนำเที่ยว โดยกลุ่มสมาชิกแสดงความคิดเห็นร่วมกันว่า จะร่วมกันพัฒนารายการนำเที่ยวโดยเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน และชุมชนใกล้เคียงในอนาคต จากการไม่มีรายการนำเที่ยวส่งผลให้กลุ่มท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงไม่สามารถกำหนดราคาของรายการนำเที่ยวได้ ซึ่งหากพัฒนารายการนำเที่ยวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว กลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวจะร่วมกันกำหนดราคารายการนำเที่ยวให้เหมาะสม โดย

พิจารณาคุณภาพและต้นทุนในการให้บริการ ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ร้านขายของที่ระลึกมีขนาดเล็ก แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักของตัวแทนจัดจำหน่าย การท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ไม่มีรูปแบบการสื่อสารของแหล่งท่องเที่ยวเอง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนน้อย สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอว่า ควรจัดทำป้ายไวนิลหน้าหมู่บ้านและแผ่นพับแหล่งท่องเที่ยว โดยออกแบบเป็นแผนที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน เพื่อความสะดวกในการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว ปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อการทำงานคือ บุคลากรมีจำนวนน้อย ขาดความรู้เรื่องการท่องเที่ยวและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยว กลุ่มสมาชิกไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้เต็มที่ เนื่องจากขาดความรู้ในการให้บริการ นักท่องเที่ยวไม่พอใจในการบริการของตน เกิดความประหม่าไม่กล้าสนทนา

2. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัย ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านร่วมกันพัฒนาแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง โดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วมจากการศึกษาดูงานการประชุมกลุ่มย่อย และการจัดเวทีประชาคมเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้จัดโครงการอบรมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้กลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวได้มีความรู้พื้นฐานด้านการตลาดทางการท่องเที่ยวก่อนเดินทางไปศึกษาดูงาน ผลที่ได้รับจากการศึกษาดูงาน ชาวบ้านมีความกระตือรือร้นที่จะนำเอาความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาดูงานไปปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง เกิดความยั่งยืนต่อไป ผู้วิจัย ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยว และชาวบ้านร่วมกันจัดเวทีประชาคม โดยชี้แจงวัตถุประสงค์งานวิจัย แผนการดำเนินงาน เสนอผลข้อมูลบริบทชุมชน (Context) และปัจจัยนำเข้า (Input) ให้ผู้เข้าร่วมเวทีประชาคมได้รับทราบรวมทั้งรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว รายละเอียดดังนี้

ผลของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงพบว่า

จุดแข็ง ได้แก่ 1) ความสามัคคีของชาวบ้านในชุมชน 2) ความต้องการของชุมชนที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวน่าสนใจและหลากหลาย 4) เส้น

ทางการเดินทางสะดวก และ 5) มีความพร้อมในด้านสาธารณูปโภค

จุดอ่อน ได้แก่ 1) บ้านนาดี-สร้างบงเพิ่งเริ่มจัดตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว 2) แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว 3) กลุ่มสมาชิกขาดทักษะการดำเนินการแหล่งท่องเที่ยว 4) ขาดรูปแบบการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และ 5) สินค้าที่ระลึกไม่มีความเป็นเอกลักษณ์

โอกาส ได้แก่ 1) อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงขึ้น 2) นักท่องเที่ยวให้ความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน 3) รัฐบาลสนับสนุนนโยบายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ 4) หน่วยงานท้องถิ่นและภาคเอกชนให้การสนับสนุน

อุปสรรค ได้แก่ 1) ขาดความร่วมมือกับเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง 2) ขาดงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ 3) คู่แข่งขันจำนวนมาก และ 4) มีแหล่งท่องเที่ยวทดแทนจำนวนมาก

การสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบ้านนาดี-สร้างบง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง สามารถสรุปแนวทางการพัฒนารายละเอียดดังต่อไปนี้ 1) ปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมที่จัดขึ้น สร้างความสัมพันธ์และสร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้านในชุมชน 2) รายการนำเที่ยวของบ้านนาดี-สร้างบง ควรมี 2 รายการ คือ (1) รายการนำเที่ยวแบบไป-กลับภายใน 1 วัน และ (2) รายการนำเที่ยวแบบค้างคืน 2 วัน 1 คืน 3) การพัฒนาสินค้าที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว 4) พัฒนาบ้านพักให้มีมาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต 5) จัดอบรมเรื่องการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น พัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและการสื่อสารภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6) ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยในที่ประชุมเสนอให้ปลูกต้นทานตะวันริมถนนทั้ง 2 ฝั่งทางเข้าหมู่บ้านจนถึงศูนย์การเรียนรู้ 7) สร้างจุดถ่ายภาพ (เช็กอิน) สำหรับนักท่องเที่ยว 8) จัดทำป้ายแหล่งท่องเที่ยวบริเวณปากทางเข้าหมู่บ้าน 9) จัดทำแผ่นพับสำหรับนักท่องเที่ยว และ 10) สร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

สามารถสรุปโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 5 โครงการ ผลการดำเนินโครงการ รายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 บรรยากาศการจัดเวทีประชาคม เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว



1) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ซึ่งปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว คือ บ้านพักไม่ได้มาตรฐาน สินค้าที่ระลึกไม่มีความหลากหลาย และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวไม่สวยงาม โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมย่อย จำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ (1) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์” (2) การพัฒนาสินค้าที่ระลึกเชิงสร้างสรรค์ และ (3) กิจกรรมปรับปรุงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยทั้ง 3 กิจกรรมจะช่วยพัฒนาบ้านพักให้มีมาตรฐาน ส่งผลให้เพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น สินค้าที่ระลึกให้มีความหลากหลายเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม



ภาพที่ 2 สินค้าที่ระลึก (เสื้อยืด) ของแหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 3 เตรียมพื้นที่เพื่อปลูกต้นทานตะวัน

2) โครงการพัฒนารายการนำเที่ยว และการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี—สร้างบง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี—สร้างบง ไม่เคยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมาก่อน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่มีรายการนำเที่ยวและไม่มีการตั้งราคา โครงการพัฒนารายการนำเที่ยวและการตั้งราคาช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวมีรายการนำเที่ยว และการกำหนดราคาที่เหมาะสม สามารถนำข้อมูลรายการนำเที่ยวเสนอให้นักท่องเที่ยวและประชาชนที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวโดยรายการนำเที่ยวของบ้านนาดี—สร้างบง มี 2 รูปแบบ คือ

โปรแกรมที่ 1 โปรแกรม 1 วัน ไปเช้า-กลับเย็น

- 09.00 น. รวมกันที่ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านนาดี—สร้างบง ประธานกลุ่มท่องเที่ยวบ้านนาดี—สร้างบง กล่าวต้อนรับและแนะนำประวัติความเป็นมาของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง
- 09.30-12.00 น. เยี่ยมชมกิจกรรมท่องเที่ยวภายในบริเวณศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านนาดี—สร้างบง
- เรียนรู้กระบวนการปลูกผักปลอดสารพิษ/ผลิตเห็ด
 - ชมกรรมวิธีและร่วมกันทำขนมทองพับ
 - ชมการแปรรูปและร่วมทำน้ำพริก
- 12.00-13.00 น. ร่วมทำและรับประทานอาหารท้องถิ่น
- *เนื่องจาก กิจกรรมไม่สามารถทำหมดได้ภายในวันเดียว ในช่วงบ่ายได้แบ่งโปรแกรมออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม A และกลุ่ม B เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวตามความสนใจ

กลุ่ม A

- 13.00—15.00 น. - เยี่ยมชมกลุ่มน้ำยาล้างจาน
- ชมและศึกษาวิธีการทอผ้า/ทอกก
 - เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกและศึกษาวิธีการผลิตไม้กวาด

กลุ่ม B

- เยี่ยมชมกลุ่มน้ำยาล้างจาน
- ชมกรรมวิธีและร่วมกันทำขนมไทย
- เรียนรู้ภูมิปัญญาหมอยา สมุนไพร และการนวด

- 15.00-16.00 น. ชมการแสดงรำวงย้อนยุคของกลุ่มการแสดงที่ศูนย์การเรียนรู้

- 16.00 น. เดินทางกลับ

คิดค่าใช้จ่ายคนละ 260 บาท (คิดราคาให้นักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน)

โปรแกรมที่ 2 โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน วันที่ 1

- 09.00 น. รวมกันที่ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านนาดี—สร้างบง ประธานกลุ่มท่องเที่ยวบ้านนาดี—สร้างบงกล่าวต้อนรับและแนะนำประวัติความเป็นมาของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง
- 09.30-12.00 น. พาชมนกิจกรรมท่องเที่ยวภายในบริเวณศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอ

เพียงบ้านนาดี-สร้างบง

- เรียนรู้กระบวนการปลูกผักปลอดสารพิษ/ผลิตเห็ด

- ชมกรรมวิธีและร่วมกันทำขนมทองพับ

- ชมการแปรรูปและร่วมทำน้ำพริก

12.00-13.00 น. ร่วมทำและรับประทานอาหารท้องถิ่น

13.00-14.00 น. ชมและศึกษาวิธีการทอผ้า/ทอกกเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก

14.00-16.00 น. เรียนรู้ภูมิปัญญาหมอยาสมุนไพรและการนวด

16.00-18.00 น. เข้าบ้านพักโฮมสเตย์

18.00-20.00 น. ร่วมทำและรับประทานแบบโฮมพาแลงพิธีบายศรีสู่ขวัญ และชมการแสดงรำวงของกลุ่มการแสดงที่ศูนย์การเรียนรู้

20.00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 2

06.00 น. ทำบุญ ตักบาตร ณ ศูนย์การเรียนรู้

07.00 น. ออกกำลังกายยามเช้า ปั่นจักรยานเพื่อศึกษาชุมชน

08.00 น. กิจกรรมทำอาหารเช้าจากผักปลอดสารพิษ

09.00-12.00 น. พาชมกิจกรรมท่องเที่ยวภายในบริเวณศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านนาดี-สร้างบง

- ชมกรรมวิธีและร่วมกันทำขนมไทย

- เยี่ยมชมกลุ่มน้ำยาล้างจาน

- ศึกษากรรมวิธีการผลิตไม้กวาด

12.00 น. รับประทานอาหารเที่ยงและเดินทางกลับ คิดค่าใช้จ่ายคนละ 790 บาท (คิดราคาที่นักท่องเที่ยว

จำนวน 10 คน)

ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยววนาดี-สร้างบงมีรถไฟวิ่งผ่านบริเวณท้ายหมู่บ้าน เทียวขึ้น-ล่อง อุดรธานี- กรุงเทพมหานคร ทางกลุ่มสมาชิกได้เพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริม (Running street) ให้แต่ละโปรแกรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายรูปกับรถไฟ ตามเวลาต่อไปนี้ 06.00 // 07.00 // 09.00 // 11.00 // 14.00 // 16.00 // 19.00 และ 20.00



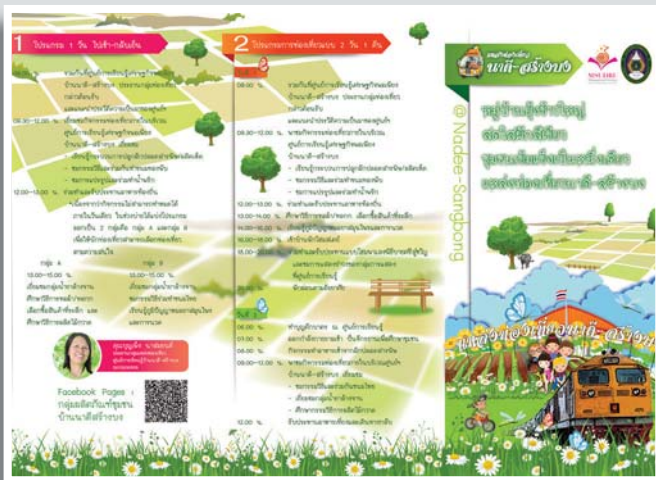
ภาพที่ 4 การพัฒนารายการนำเที่ยวและการตั้งราคา

ภาพที่ 5 การพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาด



3) โครงการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว ได้สรุปประเด็นการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงร่วมกัน คือ จะใช้ภาพของทุ่งข้าวขนาดใหญ่เป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง และใช้คำขวัญ “หมู่บ้านทุ่งข้าวใหญ่ สดใสผักสีเขียว ชุมชนเข้มแข็งเป็นหนึ่งเดียว แหล่งท่องเที่ยวนาดี-สร้างบง” เป็นคำขวัญหลักในการจัดทำสื่อประเภทต่างๆ และร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รายละเอียดดังนี้ 1) แผ่นพับ โดยใช้สีเขียวเป็นโทนสีหลักของแผ่นพับ ด้านหน้าของแผ่นพับมีภาพพื้นหลังเป็นรูปนาข้าว แสดงถึงอาชีพหลักของชาวบ้านในชุมชน มีรายละเอียดของรายการนำเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง เบอร์โทรศัพท์สำหรับติดต่อและติดต่ออาร์ไคด์ของ

แหล่งท่องเที่ยว ด้านหลังของแผ่นพับแสดงรายละเอียดแผนที่หมู่บ้านนาดี-สร้างบง แสดงตัวเลขกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวภายในแผนที่ 2) ป้ายสัญลักษณ์ของกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะเป็นรูปวงกลมมีลายน้ำตราไปรษณียประทับ ด้านล่างของสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเขียนชื่อกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว แต่ละกลุ่มท่องเที่ยวมีรายละเอียดสัญลักษณ์ของกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว เช่น กลุ่มโฮมสเตย์ใช้สัญลักษณ์ คือ บ้านทรงไทยบ่งบอกความเป็นวิถีชีวิตชุมชน กลุ่มทอผ้าใช้รูปของลายผ้าที่ชาวบ้านทอขึ้นเอง นำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ 3) ตัวอักษร “@นาดี—สร้างบง” เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายภาพและเช็คอินของการตลาดออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และไลน์ 4) สติกเกอร์ติดรถยนต์ นำรูปทุ่งข้าวใหญ่มาเป็นแบบ เพื่อจัดทำสติกเกอร์ติดรถยนต์เป็นการสื่อสารแบบเคลื่อนที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ช่วยให้ประชาชนทั่วไปรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 6 แผ่นพับของแหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 7 ป้ายสัญลักษณ์กลุ่มท่องเที่ยว



ภาพที่ 8 สติกเกอร์ติดรถยนต์



ภาพที่ 9 ป้ายตัวอักษร
สำหรับถ่ายภาพ

4) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “จิตวิทยาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว” ในอดีตที่ผ่านมา บุคคลภายนอกเข้ามาศึกษาดูงานศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงนาดี-สร้างบงเท่านั้น ยังไม่มีการดำเนินการเป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่หากเปลี่ยนแปลงเป็นแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หลังจากฝึกอบรมกลุ่มสมาชิกเข้าใจเทคนิค ขั้นตอน และกระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการฝึกปฏิบัติการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยจำลองสถานการณ์จริง ตั้งแต่เริ่มต้นเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง จนเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับ ทำให้สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถและมีความมั่นใจในการให้บริการมากยิ่งขึ้น

5) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเคยผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการการสื่อสารกับผู้บริโภคในยุค AEC ที่มีเนื้อหามุ่งฝึกสนทนาเพื่อการขายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นหลัก ผู้วิจัย สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และวิทยากรสรุปเนื้อหาการอบรมร่วมกันว่า เนื้อหาการอบรมจะมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติการสื่อสารภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพ เช่น การทักทาย อาหารการกิน การบอกทิศทาง การสนทนาเรื่องบ้านพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ผลจากการฝึกอบรมทำให้สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวได้ฝึกการสื่อสารเบื้องต้นเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่จำเป็นต้องใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น

การจัดทดลองรายการนำเที่ยว มีผู้เข้าร่วมการจัดทดลองรายการนำเที่ยว ได้แก่ ชาวบ้านบ้านนาดี-สร้างบง

ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้สื่อข่าวและนักท่องเที่ยว จำนวน 95 คน โดยทดลองใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวตามรายการนำเที่ยวแบบไปเช้า-กลับเย็น ผลการทดลองรายการนำเที่ยว ทำให้สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวได้ทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้อบรมมา มีทัศนคติสามารถพานักท่องเที่ยวเดินทางชมกิจกรรมตามกลุ่มต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวโดยมุ่งให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เพื่อสร้างความสนุกสนาน แลกเปลี่ยนความรู้วิถีชีวิตของชุมชนระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชน จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ชาวบ้านในชุมชนตื่นตัวกับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้น ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรีมีรอยยิ้ม ส่งผลให้นักท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านบ้านนาดี-สร้างบงเกิดความประทับใจ

ผลสรุปบทเรียน ผู้วิจัยเสนอข้อมูลการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว (Process) ให้ผู้เข้าร่วมเวทีประชาคมได้รับทราบและร่วมกันสรุปบทเรียน โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกๆ คนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรม สะท้อนความคิดเห็นของสมาชิกแหล่งท่องเที่ยว และร่วมทบทวนสิ่งที่กำหนดไว้ก่อนการดำเนินงานพบว่า สมาชิกมีการวางแผนการดำเนินงาน มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและความถนัดของสมาชิก เช่น ฝ่ายกิจกรรมท่องเที่ยว ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายอาหาร ผลการดำเนินกิจกรรมพบว่า การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ครบตามที่วางแผนไว้ อาจเป็นเพราะเป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ทำให้สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเกิดความประหม่า สมาชิกทำงานล่าช้า และไม่ตรงเวลา ส่งผลให้การประสานงานเกิดความคลาด

เคลื่อน ผลการสังเกตการทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความเคารพต่อแหล่งท่องเที่ยว มีความเป็นกันเองกับชาวบ้านในชุมชน และทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านในชุมชนทำให้เกิดความสนุกสนาน ข้อเสนอแนะต่อแหล่งท่องเที่ยวคือ ควรมีการจัดการเวลาให้เหมาะสมกับกิจกรรม จัดสรรแบ่งผลประโยชน์ให้กับสมาชิกทุกๆ กลุ่ม เตรียมความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และวางแผนการผลิตสินค้าที่ระลึกให้เพียงพอความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. การคืนข้อมูล ผู้วิจัยคืนข้อมูลบริบทชุมชน ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ข้อมูลความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวให้ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อยได้รับทราบ ผลการประเมินความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 61.70 มีอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 สถานภาพในการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ประชาชน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 83.60 และมีระยะเวลาที่มีความสัมพันธ์ในการดำเนินงานร่วมกับชุมชนมากกว่า 5 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 45.90 ผู้มีส่วน

เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X}=3.53$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบริบท ด้านผลผลิต และด้านกระบวนการ ($\bar{X}=3.66$, $\bar{X}=3.55$, $\bar{X}=3.51$) มีเพียงด้านปัจจัยนำเข้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ($\bar{X}=3.40$) จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความคิดเห็นว่า การดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของรัฐบาล ตรงกับความต้องการของชาวบ้านในชุมชน และจะทำให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านในชุมชนดีขึ้น หลังจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบในการดำเนินงาน มีการวางแผนร่วมกันระหว่างผู้ดำเนินการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จะช่วยให้การพัฒนาการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีเพียงด้านปัจจัยนำเข้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความไม่แน่ใจ เนื่องจากหากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก เกินความสามารถของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว อาจเกิดปัญหาตามมาได้ ซึ่งหากมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต จะช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 10 บรรยายากิจกรรมทดลอง
รายการนำเที่ยว

การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง



ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน ด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี-สร้างบงพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 72.30 อายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 สถานภาพโสด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 72.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีอาชีพนักเรียนนักศึกษาจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้านบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์และการจัดรายการนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านราคาแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่ายแหล่งท่องเที่ยว และด้านการส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.16$, $\bar{X} = 4.05$, $\bar{X} = 4.03$, $\bar{X} = 4.02$, $\bar{X} = 4.00$, $\bar{X} = 3.92$, $\bar{X} = 3.87$ และ $\bar{X} = 3.84$) จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านนาดี-สร้างบงสิ่งที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ คือ ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่นที่มีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้ม ต้อนรับนักท่องเที่ยวดูจูงใจดี มีขั้นตอนในการให้บริการมีความต่อเนื่อง และได้รับการบริการที่มีคุณภาพจากพนักงานที่ผ่านการอบรมกระบวนการให้บริการ ส่งผลให้พนักงานมีมารยาทและความสามารถในการให้บริการได้เป็นอย่างดี เมื่อเดินทางท่องเที่ยวหรือปั่นจักรยานเยี่ยมชมกิจกรรมตามจุดต่างๆ นักท่องเที่ยวประทับใจกับสภาพแวดล้อมที่สะอาดเหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวและรายการนำเที่ยวพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เตรียมไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และเอกลักษณ์ของชุมชน และเป็นไปตามรายการนำเที่ยวที่กำหนดไว้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ได้รับประสบการณ์และการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน รู้สึกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ อีกทั้งนักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน และมีสื่อประเภทต่างๆ แนะนำแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงมีคุณภาพและเกิดความยั่งยืน นักวิจัยและผู้ร่วมประชุมกลุ่มย่อยร่วมกันแสดงความคิดเห็นว่า ควรมีการประชุมกลุ่มย่อยทบทวนการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวทุก 3 เดือน หรือกรณีเร่งด่วนเพื่อพัฒนาการดำเนินงานด้านแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงเพื่อความยั่งยืน ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว โดยหากพิจารณาสถานการณ์ปัจจุบันพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการสัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยมีภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว จึงนับเป็นโอกาสที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น บ้านนาดี-สร้างบงมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวนำเสนอวิถีการดำรงชีวิตของชาวบ้านในชุมชนมาจัดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวชุมชนได้เข้ามาเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชน การคมนาคมมีความสะดวกสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ภายในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน เกิดความสามัคคีและพร้อมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เข้มแข็งและประสบความสำเร็จ ซึ่งศักยภาพที่กล่าวมาข้างต้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่อไป

อย่างไรก็ดี ความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้วิจัย ผู้เกี่ยวข้องด้านนโยบาย สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และชาวบ้านในชุมชนร่วมกันสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้ผู้วิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดกระบวนการคิด รับฟังปัญหา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตั้งแต่กระบวนการพัฒนาโจทย์วิจัย ร่วมกันศึกษาบริบทและรูปแบบการดำเนินด้านการตลาด การพัฒนาศักยภาพ การอบรมเชิงปฏิบัติการทดลองรายการนำเที่ยว และการประเมินผลการดำเนินงานส่งเสริมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนได้รับรู้ถึงความสำคัญ แก้ไขปัญหา และพัฒนาชุมชนของตนเอง ได้โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง จำนวน 5 โครงการ ผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงเกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมุ่งให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีการดำรงชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมของชาวบ้านในท้องถิ่น มีรายการนำเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง และรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการซึ่งเป็นการสร้างสรรคคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวใน

สายตาของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง กลุ่มสมาชิกได้ฝึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นหัวใจของการให้บริการ ช่วยสร้างความประทับใจและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวช่วยสร้างจิตสำนึกของชาวบ้านในชุมชนรู้สึกรัก ห่วงแหนชุมชน และร่วมกันดูแลรักษาสมดุลของแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดสวยงาม ซึ่งผลจากการพัฒนาอุปทานทางการท่องเที่ยวของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาพำนักในชุมชนนานยิ่งขึ้น แหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจชุมชนมีรายได้จากการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนและสินค้าที่ระลึก และการให้บริการต่างๆ เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2551) และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวว่า การตลาดที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การตลาดที่ให้นักชนในชุมชนมีบทบาทกำหนดการออกแบบโปรแกรม การบริการ การกำหนดราคาที่เป็นธรรม มีการทำการตลาดอย่างมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน เน้นกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในปริมาณที่ชุมชนสามารถรองรับได้ ให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ในขณะเดียวกัน ผลความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง แสดงให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังจากการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งพบว่าชาวบ้านในชุมชนได้ร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ผ่านกระบวนการคิด วางแผน ปฏิบัติงาน ประเมินผล การดำเนินงาน และแบ่งผลประโยชน์ร่วมกัน ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ธุรกิจท้องถิ่นและชาวบ้านมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น ด้านนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากชาวบ้านและกลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวเข้าใจถึงความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน และนำเอาความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมไปพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้การดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เกิดความอบอุ่น และรู้สึกเสมือนเป็นบ้านของนักท่องเที่ยวเอง ผลที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมทดลองรายการนำเที่ยว คือ ชาวบ้านและชุมชนเกิดการตื่นตัวกับการพัฒนาให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

เที่ยว ส่งผลให้กลุ่มสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวทราบจุดแข็งและข้อผิดพลาดของกระบวนการให้บริการ ผลจากการสรุปบทเรียนทำให้สมาชิกได้ทบทวนผลการประเมินบริบทแหล่งท่องเที่ยว บำจ้ยนำเข้า กระบวนการให้บริการ ผลผลิต จุดเด่น และข้อผิดพลาดจากการดำเนินการ นำข้อสรุปที่ได้ไปปรับปรุงการดำเนินงานส่งผลให้การดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี-สร้างบงมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนต่อไป

การนำไปใช้ประโยชน์และความยั่งยืน

การศึกษาเรื่องการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาด เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์และความยั่งยืน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านการตลาดท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงได้พัฒนาการดำเนินงานการตลาดทางการท่องเที่ยวที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ มีรายการนำเที่ยว และการตั้งราคาที่เหมาะสม สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวมีความรู้ในการให้บริการนักท่องเที่ยว และสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในชุมชนให้สวยงาม มีสินค้าที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีการจัดทำสื่อหลายประเภท เช่น แผ่นพับ สติกเกอร์ และป้ายหน้าแหล่งท่องเที่ยว ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ส่งแผ่นพับของแหล่งท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุดรธานี สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดอุดรธานี สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดอุดรธานี ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวอุดรธานี อำเภอในสังกัดจังหวัดอุดรธานี องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลตำบลสังกัดอำเภอกุมภวาปี และบริษัทท่องเที่ยว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลข่าวสาร และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ผลจากการส่งแผ่นพับทำให้มีผู้สื่อข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดอุดรธานี มาลงพื้นที่เพื่อทำข่าวกิจกรรมการท่องเที่ยว และลงข้อมูลในเว็บไซต์สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2559 แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงได้รับคัดเลือกเข้าร่วมสัมมนาโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน ตามพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ระหว่างวันที่ 18 - 19 พฤษภาคม 2559 ณ หอประชุมไพฑูริย์อม มหาวชิราวุธราชภัฏอุบลราชธานี และได้รับโอกาสถวายรายงานการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว ผลจากการร่วมโครงการดังกล่าว ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง ได้ให้การต้อนรับนายสุตสาคร ภัทร

กุลนิษฐ์ รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร ฝ่ายส่งเสริมและฝึกอบรมเยี่ยมชมการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว พร้อมให้การสนับสนุนการดำเนินงาน โดยมอบหมายให้เกษตรจังหวัดอุดรธานี และประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานี ช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก ในการนี้ผู้ว่าราชการจังหวัดอุดรธานี มอบหมายให้ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานีประสานแหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบง บ้านทีกเทพรายการ Thailand Today ของสถานี NBT World กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ให้ผู้รับชมรายการใน 177 ประเทศทั่วโลก ได้รู้จักอย่างแพร่หลาย จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การพัฒนาการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเกิดกระบวนการประสานจากท้องถิ่น (แหล่งท่องเที่ยว) สู่หน่วยงานระดับอำเภอ หน่วยงานจังหวัด หน่วยงานระดับประเทศ กลายเป็นแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในระยะยาว

2. ด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ผลจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชาวบ้านในชุมชนเกิดการตื่นตัวในการดูแลรักษาสีเขียวแวดล้อมในท้องถิ่น เช่น การรักษาความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์การเรียนรู้ และรอบๆ บ้านของตนเองเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว

3. ด้านธุรกิจการท่องเที่ยว ผลจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชาวบ้านในชุมชนร่วมกันตั้งกลุ่มท่องเที่ยวใหม่ คือ กลุ่มบ้านพักแบบโฮมสเตย์เพื่อเพิ่มทางเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืนและใช้ชีวิตเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน และกลุ่มการแสดงรำวงของชาวบ้าน เป็นกิจกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน เกิดธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าสะดวกซื้อ ปรับปรุงการดำเนินงาน และจัดหาสินค้าที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ธุรกิจท้องถิ่นมีรายได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยสร้างงานให้กับคนในท้องถิ่น ทำให้สมาชิกในครอบครัวอยู่กันพร้อมหน้าพร้อมตา ไม่เกิดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปทำงานที่อื่น โดยกลุ่มท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมาใหม่ช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับสมาชิกเพิ่มมากขึ้น

4. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การศึกษาครั้งนี้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นใหม่ ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ และมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจและกลับมาเยือนอีกครั้ง เช่น บ้านพักแบบ



ภาพที่ 11 สถานี NBT World กรมประชาสัมพันธ์ มาบันทึกเทปรายการ



ภาพที่ 12 มอบแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายของแหล่งท่องเที่ยว

โฮมสเตย์ กิจกรรมบายศรีสู่ขวัญ การแสดงรำวงชาวบ้าน และ บันจาร์ยานเพื่อศึกษาชุมชน นำมารวมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เดิม จัดเป็นรายการนำเที่ยวจำนวน 2 รายการ เพื่อเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เลือก หรือการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นนำมาผลิตสินค้าที่ระลึกสำหรับขายให้นักท่องเที่ยว เช่น ผักปลอดสารพิษ สมุนไพรพื้นบ้านเป็นการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ ชาวบ้านในชุมชนพึ่งตนเองได้ ช่วยลดการพึ่งพาจากชุมชนภายนอก

5. ด้านการมีส่วนร่วมและเครือข่ายการท่องเที่ยวของชุมชน สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

1) ภายในชุมชน ผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสร้างการมีส่วนร่วม โดยชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มกระบวนการศึกษา ร่วมคิด วิเคราะห์ และตัดสินใจว่าจะดำเนินการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ ร่วมวางแผนพัฒนาศักยภาพ การดำเนินการทางตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ลงมือปฏิบัติตามแผนที่ได้วางเอาไว้ มีการตั้งกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันแบ่งผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีการจัดสรรเงินบางส่วนเพื่อใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยว ร่วมกันประเมินผลการทำงานและแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงาน เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลให้การดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกันนอกจากนี้ โรงเรียนบ้านนาดี-สร้างบง สามารถนำผลการศึกษาไปบูรณาการเข้ากับหลักสูตรการเรียนการสอน เพื่อให้นักเรียนบ้านนาดี-สร้างบง มีความรู้เกี่ยวกับชุมชนตนเองมากยิ่งขึ้น เกิดสำนึกรักบ้านเกิด เกิดความรัก ความหวงแหน เห็นคุณค่า

ของการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมท้องถิ่น

2) ภายนอกชุมชน ผลการศึกษาช่วยสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในด้านต่างๆ แลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยว เกิดเป็นเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ช่วยเพิ่มศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินงานต่อไป อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เกษตรจังหวัดอุดรธานี พัฒนาชุมชนอำเภอกุมภวาปี และ องค์การบริหารส่วนตำบลผาสุก สามารถนำผลการศึกษาจัดทำแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ และผู้วิจัยนำผลการศึกษาไปบูรณาการกับการสอนในรายวิชาการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว โดยให้แหล่งท่องเที่ยวบ้านนาดี-สร้างบงเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงปฏิบัติการสำหรับนักศึกษา ได้ศึกษาและฝึกปฏิบัติจากแหล่งท่องเที่ยวจริง ส่งผลให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากห้องเรียนชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชาวบ้าน นักศึกษา และผู้วิจัย

6. การสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว ผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวส่งผลให้ชาวบ้านนาดี - สร้างบงมีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสำคัญกับการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ ช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งตัวเองได้ เกิดความสามัคคีในชุมชน เกิดความภาคภูมิใจ และร่วมกันอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเข้มแข็งในอนาคต



ภาพที่ 13 นักศึกษาลงพื้นที่ศึกษาและฝึกปฏิบัติการดำเนินการตลาดท่องเที่ยว



ภาพที่ 14 รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรและคณะเยี่ยมชมการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐและภาคเอกชน ควรเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น เทคโนโลยีสมัยใหม่ องค์ความรู้ งบประมาณ และการจัดการการดำเนินงาน เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน
2. แหล่งท่องเที่ยวควรสร้างเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์การทำงาน และนักท่องเที่ยวเกิดเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งและช่วยเหลือตนเองได้
3. ควรพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านอื่นๆ เช่น การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน การพัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชน การต่อยอดองค์ความรู้ การอนุรักษ์วัฒนธรรมของ

ชุมชน ซึ่งผลการพัฒนาจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4. ควรศึกษาเปรียบเทียบอุปสงค์การท่องเที่ยวและอุปทานการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น หลังจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหาร คณาจารย์ วิทยากร นักศึกษา ผู้สื่อข่าว ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวชาวบ้านบ้านนาดี-สร้างบง และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ช่วยทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานบริหารการปกครองอำเภอกุมภวาปี. 2558. ขอความอนุเคราะห์บุคลากรพัฒนาการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว. ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2554. การวางแผนและพัฒนากิจการการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทรงพล อุบัติกุล และคณะ. 2545. การเพิ่มศักยภาพในการพัฒนารูปแบบการผลิตสินค้าประเภทของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2555. การจัดการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินต์แอนด์พับลิชชิง.
- ปวิรรค สมนึก. 2552. การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นฐาน เกาะภูกระแต ตำบลโนนกลาง อำเภอพิบูลย์รักษ์ จังหวัดอุดรธานี. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พจนา บุญคุ้ม และพิทักษ์ ศิริวงศ์. 2558. การพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มภาคกลางตอนล่าง. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 8 (2); หน้า 2793-2808.
- พิมพ์ระวี ไรจน์รุ่งสัจย์. 2556. การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช บุญเลิศ เล็กสมบุรณ์ และสุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ. 2546. การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เลิศพร ภาระสกุล. 2555. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณดี สุทธินรากร. 2556. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ: การวิจัยเพื่อเสริมภาพและการสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. 2551. ร่าง-หลักสูตร การเข้าถึงการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *CBT Marketing Access*. ม.ป.ป.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ. *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*. 2558 (1); หน้า 24.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2544. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เลียงเชียง.
- Chaudhary, M. 2010. *Tourism marketing*. New Delhi: Oxford University Press.
- Inkson, C. & Minnaert, L. 2012. *Tourism management : an introduction*. Los Angeles : SAGE.
- Kotler, P. Bowen, J. T. & Makens, J. C. 2014. *Marketing for hospitality and tourism*. Boston: Prentice Hall.
- Matt, B. 2015. *World's strangest lakes*. (Online). From; <http://edition.cnn.com/2014/07/09/travel/worlds-strangest-lakes/index.html>. Retrieved December 12, 2015.
- Morrison, A. M. 2013. *Marketing and managing tourism destinations*. New York: Routledge.
- Stufflebeam, D. L. 2000. *The CIPP model for evaluation*. In *Evaluation models*. Netherlands: Springer.