

รูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนของบริษัท ประชากรัฐรักสามัคคี
วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

MODEL OF COMMUNITY TOURISM MANAGEMENT OF PRACHARATH
RAKSAMAKEE SOCIAL ENTERPRISE (THAILAND) CO., LTD.

สิริ ฤกษ์สลดดา ปันसान* ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ณัฏ**

Siri Rapassarada Pansan, Saranya Lertputhirak

Received: July 25 , 2019

Revised: September 23, 2019

Accepted: September 30, 2019

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนตามหลัก
ของบริษัท ประชากรัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมวิธีโดยเชิง
คุณภาพจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกรรมการผู้จัดการบริษัทประชากรัฐ และเชิงปริมาณจะใช้
วิธีการสำรวจจากแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มข้าราชการจาก
หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กลุ่มเจ้าหน้าที่บริษัทประชากรัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม และ
กลุ่มประชาชนที่เข้าร่วมกับบริษัทฯ นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้ทำการวิเคราะห์เชิงประเมินผลการ
ดำเนินงาน คือ รายได้ของกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น ผลจากการวิจัยพบว่าจากตัวแปรด้านการ
จัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ได้แก่ การคัดเลือกชุมชนที่มีความพร้อมและการมีส่วนร่วม
ของคนในชุมชนเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด โดยควรมีการสร้างกระบวนการคัดเลือกชุมชนที่มีความ
พร้อมโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

คำสำคัญ : รูปแบบการจัดการ, การท่องเที่ยวชุมชน , บริษัท ประชากรัฐรักสามัคคีวิสาหกิจ
เพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

* Doctorial's Degree Program, Doctor of Philosophy Burapha University.

** Faculty of Public of Management, Burapha University.

ABSTRACT

Objective of this research were to The Study of Model of Community Tourism Management of PRACHARATH RAKSAMAKEE SOCIAL ENTERPRISE (THAILAND) Co., Ltd., The Researcher Used A Survey Method From Three Sample Groups: People Who Joined The Company, Related To Government Officials And The Company Officers. In Addition, The Researcher Also Conducted An Evaluation of The Performance Using The Indicators of The Key Performance Indicator: Kips Consisting. The Results of The Research Showed That The Factors of Sustainable Tourism Management Which Contain of The Readiness And Participation Of People In The Community Is The Most Important Thing.

Keywords: Model of management, Community tourism , Pracharath Raksamakee Social Enterprise (Thailand) Co., Ltd

1. บทนำ

การท่องเที่ยวชุมชนมีความสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความสามัคคีและสร้างความมั่นคงในชุมชนรวมถึงสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ลดปัญหาการอพยพคนจากชุมชนไปทำงานในเมืองใหญ่ แต่การบริหารการท่องเที่ยวชุมชนยังไม่มียังปัญหา มาก รัฐบาลได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวชุมชนของประเทศไทยที่รายได้ของการท่องเที่ยวยังไม่เกิดการกระจายอย่างทั่วถึง ปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเดิม ทำให้เกิดปัญหาความแออัดของนักท่องเที่ยว ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว ตามมาด้วยปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และปัญหาการหลอกลวง เอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งนอกจากนี้ยังพบ ปัญหาการบริหารจัดการที่ขาดบูรณาการในการทำงานและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ไม่มีกลไกความเชื่อมโยง ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพขึ้นมาใหม่ ปัญหาการไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้นให้กับงานบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงในปัจจุบันประเทศเพื่อนบ้านได้มีการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวซึ่งต่อมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวกับประเทศ หากประเทศไทยไม่ปรับปรุงและพัฒนาด้านการจัดการท่องเที่ยวจะทำให้ผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศลดลง ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ดำเนินแนวทางการปัญหาและการขับเคลื่อน

โครงการ “พลังท้องถิ่นขับเคลื่อนประชารัฐเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน” ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ดำเนินแนวทางการปัญหาและการขับเคลื่อนโครงการ “พลังท้องถิ่นขับเคลื่อนประชารัฐเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน” (Tourism Marketing Research Center, 2015)

“พลังท้องถิ่นขับเคลื่อนประชารัฐเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน” นับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบวิถีไทย เพื่อสร้างรากฐานเศรษฐกิจในระดับชุมชน เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นอย่างมหาศาล เพื่อวางรากฐานเศรษฐกิจชุมชน โดยการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพต่อไป (NuChaitek Sirinad, 2011) ทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริง ศักยภาพ และโอกาสที่จะเกิดขึ้น เพื่อเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน ซึ่งต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันต้องเป็นการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ซึ่งนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะก่อให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องอาศัยการสนับสนุนจากภาคีที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนและเอกชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรที่จะเป็นผู้ได้รับผลกระทบมากที่สุด (Tourism Marketing Research Center, 2015)

ดังนั้นการที่จะบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จนั้น กระบวนการบริหารงานและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคสถาบันการศึกษาและภาคประชาสังคม จึงมีความสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้เกิดผลกระทบเชิงบวกอย่างสูง สามารถสร้างรายได้ให้ประชาชน ประชาชนมีความสุข การดำเนินงานของประชารัฐสามัคคีจะเป็นไปตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และกระบวนการจะใช้แรงผลักดันทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) การเข้าถึงปัจจัยการท่องเที่ยวทั้งด้านทรัพยากรและโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน 2) การสร้างองค์ความรู้จากในชุมชนและส่งเสริมความรู้เพื่อสร้างประโยชน์ต่อยอด 3) การตลาดพัฒนาแบบบูรณาการ ตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาดไปจนถึงช่องทางการตลาดสมัยใหม่ 4) การสื่อสารสร้างการรับรู้เพื่อความยั่งยืนช่วยสร้างแบรนด์ (Brand) และหาช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อท้องถิ่นและสื่อระดับประเทศและ 5) การบริหารจัดการทั้งด้านต้นทุน บัญชี และการบริหารความเสี่ยง โดยฟันเฟืองทั้ง 5 จะขับเคลื่อนด้วยรูปแบบของ Social Enterprise (SE) หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม (Pracharath raksamakee (Thailand) co., Ltd. , 2017)

จากการดำเนินการที่ผ่านมา พบว่า จำนวนชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีจำนวนทั้งสิ้น 341 ชุมชน และจากการประเมินผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ชุมชนจากกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา ปรากฏว่า มีชุมชนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลสำเร็จ จำนวน 122 ชุมชน โดยเกณฑ์การประเมินที่บริษัทประชารัฐรักสามัคคี (ประเทศไทย) จำกัด ได้กำหนดขึ้น เพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ บริษัท ประชาารัฐรักสามัคคีจังหวัดต่าง ๆ มีตัวชี้วัดในการเพิ่มรายได้ของกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้นในลักษณะของรายได้ต่อหัวประชากร ซึ่งมีหน่วยงานข้อมูลจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูล ซึ่งจะมีรอบการประเมินในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 และรอบต่อไปในเดือน กันยายน พ.ศ. 2560 นอกจากนี้ยังพบชุมชนที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลสำเร็จเนื่องจากยังขาดปัจจัยสำคัญที่สนับสนุน ได้แก่ การเข้าถึงปัจจัยการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวชุมชน การสื่อสารทางตลาดท่องเที่ยวชุมชน การสื่อสารการรับรู้เพื่อความยั่งยืน และการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล นอกจากนี้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนของบริษัท ประชาารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่ที่รัฐบาลเริ่มสนับสนุนได้ไม่นาน

ดังนั้นบทความนี้หวังว่าจะสามารถมีส่วนในการนำเสนอรูปแบบที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการของบริษัท ประชาารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนตามหลักของบริษัทประชาารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

3. วิธีดำเนินการวิจัย

แนวทางการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การศึกษาวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed method research) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยสอบถามความคิดเห็นจากกรรมการหรือตัวแทนบริษัทประชาารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมจำนวน 15 ท่าน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังใช้เทคนิคสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในการยืนยันรูปแบบปัจจัยแห่งความสำเร็จของ

ประชากรรัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม ส่วนสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม กลุ่มที่หนึ่งข้าราชการจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กลุ่มที่สองเจ้าหน้าที่บริษัทประชากรรัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม และกลุ่มสุดท้ายประชาชนหรือเกษตรกรที่เข้าร่วมกับบริษัทประชากรรัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทำการวิเคราะห์เชิงประเมินผลการดำเนินงานโดยใช้ตัวชี้วัดของบริษัทประชากรรัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม (Key performance indicator: KIPs) คือ รายได้ของชุมชนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลการดำเนินงานของบริษัท ประชากรรัฐวิสาหกิจจังหวัดที่จดทะเบียนในระยะที่ 1 ประกอบด้วยเชียงใหม่ อุตรดิตถ์ บุรีรัมย์ เพชรบุรีและภูเก็ต สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ที่ใช้ทำการทดสอบสมมติฐานการทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องรูปแบบที่เหมาะสมของการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการของบริษัท ประชากรรัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัดได้ปัจจัยที่สำคัญดังนี้

1) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีตัวแปรย่อยได้แก่ การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเดิม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหม่ การจัดหาเงินทุนและงบประมาณที่จำเป็นต่อการบริหารงานท่องเที่ยวชุมชน การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน อาทิเช่น ถนนที่นำไปสู่แหล่งท่องเที่ยว และความได้เปรียบทางชัยภูมิท่องเที่ยวชุมชน

2) ปัจจัยด้านการสร้างองค์ความรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนซึ่งมีตัวแปรย่อยได้แก่ การสร้างมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การเพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การแลกเปลี่ยนความรู้หรือประสบการณ์ อาทิเช่น การพาไปดูงานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จและการปรับเปลี่ยนการจัดการ

ท่องเที่ยวโดยชุมชนไปตามกระแสการท่องเที่ยวปัจจุบัน และการอบรมความรู้หรือทักษะของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3) ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีตัวแปรย่อยได้แก่ การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์ การสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชน การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชน

4) ปัจจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งมีตัวแปรย่อยได้แก่ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การสร้างจิตสำนึกรักษ์ชุมชน ความพร้อมของชาวชุมชนการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน และการสนับสนุนจากภาครัฐบาล

5) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการบริษัทประชารัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งมีตัวแปรย่อยได้แก่ การสร้างแผนธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน ความเหมาะสมของกรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐ ความเหมาะสมของเจ้าหน้าที่ประสานงานจากบริษัทประชารัฐ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดการด้านที่พัก

4.2 สรุปผลการวิเคราะห์การจากสำรวจและการทดสอบสมมติฐาน มีลักษณะดังนี้

จากลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมที่แตกต่างกันหรือไม่ จะพบว่าระยะเวลาในการประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการที่เกี่ยวข้องกับงานประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ที่ตอบแบบสอบถามที่ต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมที่แตกต่าง โดยที่ข้าราชการควรเป็นข้าราชการรุ่นใหม่ที่ได้รับราชการน้อยกว่า 5 ปี เนื่องจากมีคุณสมบัติการปรับตัวเข้ากับงานดี นอกจากนี้การบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด มีผลต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมที่แตกต่างกันหรือไม่ จะพบข้อมูลว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยการท่องเที่ยวชุมชน ปัจจัยด้านการสร้างองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวชุมชน ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด ปัจจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนดี และปัจจัยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการบริษัทประชารัฐวิสาหกิจเพื่อสังคม มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม

5. อภิปรายผลการวิจัย

สาเหตุที่เป็นปัจจัยที่ทำให้บริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) ในประเด็นการท่องเที่ยวชุมชนประสบผลสำเร็จนั้น ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยจากข้อมูลผลการปฏิบัติของบริษัท ประชาารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัดและข้อมูลจากศูนย์ประสานงานสานพลังประชารัฐรักสามัคคี กรมพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย รวมถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกรรมการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดเชียงใหม่ อุดรธานี บุรีรัมย์ เพชรบุรีและภูเก็ต นอกจากนี้ยังมีข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างและได้ทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ทำให้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1) ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมซึ่งถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดอันดับ 1 โดยมีรายละเอียดเรื่องความเหมาะสมของเจ้าหน้าที่ประสานงานในพื้นที่ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่จากบริษัทประชารัฐรักสามัคคีที่ต้องเข้ามารับผิดชอบทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ และมีหน้าที่ประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานราชการ โดยเจ้าหน้าที่ประสานควรเป็นบุคลากรในพื้นที่หรือคนในชุมชน นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสรรหาบุคลากรในส่วนกรรมการผู้จัดการบริษัทของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีตามจังหวัดต่าง ๆ เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการดำเนินงานของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีในจังหวัดนั้น ๆ ควรเป็นคนที่ทุ่มเท กระตือรือร้นการทำงานและเป็นบุคคลที่เสียสละอย่างแท้จริง สำหรับประเด็นด้านการคัดเลือกบุคลากรมารับผิดชอบทั้งตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานธุรกิจและตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐประจำจังหวัดนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพนมพร สารสิทธิ์ยศได้ทำการศึกษา เรื่องแนวทางการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านเชิงวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) (Saracityot Phanomphon, 2009) พบว่าการใช้ชาวชุมชนในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ถือว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสมเนื่องจากมีความรู้ในท้องถิ่นและยังสามารถประสานกับชาวชุมชนอื่น

2) ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนโดยจากการให้สัมภาษณ์เชิงลึกของกรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด โดยกรรมการผู้จัดการบริษัทฯ ส่วนใหญ่ต่างแสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าเป็นประเด็นที่สำคัญสูงมาก โดยปัจจัยภายในของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนที่ได้รับการแสดงความเห็นอย่างสูงคือ ความพร้อมของชาวชุมชนและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน อีกปัจจัย

ที่สำคัญเช่นกันคือการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนและการสนับสนุนจากภาครัฐบาลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้อง (Damrongwongcharoen Chaiyasit, 2007) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการทำโครงการเพื่อสังคมคือการมีส่วนร่วมของชุมชน ความพร้อมของชาวชุมชนและการสนับสนุนของผู้นำชุมชนอย่างจริงจังและการสนับสนุนรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้แสดงความคิดเห็นในการให้ความสำคัญอย่างสูงมากต่อการประสบความสำเร็จของการดำเนินงานของบริษัทประชารัฐคือการได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่น สำหรับในหลายพื้นที่ในชุมชนต่าง ๆ ได้ประสบปัญหาผู้นำชุมชนปล่อยให้ชาวชุมชนดำเนินการกันเอง ผู้นำชุมชนไม่เข้าร่วมประชุมหรือไม่ร่วมกันแก้ปัญหาอย่างแท้จริง จึงนำมาซึ่งความไม่ประสบความสำเร็จของโครงการแต่อย่างใด

3). ด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ตามหลักการของบริษัทประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม โดยจากการให้สัมภาษณ์เชิงลึกของกรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยกรรมการผู้จัดการบริษัทฯ ส่วนใหญ่ต่างแสดงความคิดเห็นว่าเป็นประเด็นที่สำคัญสูงมาก เนื่องจากบริษัทประชารัฐฯ มีความชำนาญทางด้านตลาด อาทิ การสร้างความต้องการซื้อ การสร้างคุณค่าและความพึงพอใจในสินค้าเกษตร รวมถึงการสร้างเครือข่ายทางการตลาด ดังนั้นสิ่งที่ต้องการให้บริษัทฯ เข้ามาช่วยให้มากคือเรื่องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน ปัจจัยอีกตัวที่อยู่ภายใต้ปัจจัยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ตามหลักการของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมคือ ปัจจัยในเรื่องการสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Chuchit Chatree, 2008). ได้ทำการศึกษาโครงการศึกษาศึกษาภาพชุมชนเพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านแก่งเกาะใหญ่ ตำบลบาง มะค่า อำเภอลำลูกเกดบุรี จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ในปัจจุบัน ซึ่งงานวิจัยพบว่าบทบาทผู้บริหารงานกิจการเพื่อสังคมว่าควรต้องรู้ทันสถานการณ์ด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีเปลี่ยนแปลงโดยตลอด ดังนั้นผู้บริหารกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนควรมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยสามารถใช้หลักการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวชุมชนได้ครอบคลุมถึงการสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวชุมชน

4). ด้านการส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) พบว่าการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน อาทิเช่น ความ

ได้เปรียบเทียบทฤษฎีทอ้งเกี่ยวชุมชนและการสร้างถนนที่นำไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและป้ายบอกทางต่าง ๆ เนื่องจากการแหล่งท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ยังขาดการสนับสนุนด้านเส้นทางและป้ายบอกทางซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้กระบวนการทางสถิติการทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple linear regression) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ซึ่งเป็นการวัดการกระจายของข้อมูลเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มข้อมูลสองชุดขึ้นไป พบว่า การส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยการท่องเที่ยวชุมชน อาทิเช่น การถนนหรือสร้างทาง ป้ายบอกทางหรือป้ายบอกรายละเอียดแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในหัวข้อนี้มีผลอย่างเป็นนัยสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัดอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Charatpim Chongsatien, 2010) ซึ่งได้พบว่าการส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่สำคัญคือสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งในหลายพื้นที่ยังขาดแคลนอยู่

5). ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จากการให้สัมภาษณ์เชิงลึกของกรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด รวมถึงการเก็บสำรวจความคิดเห็นโดยการเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยนี้ได้รับความสำคัญไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งปัจจัยภายในปัจจัยนี้คือการปรับเปลี่ยนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปตามกระแสการท่องเที่ยวปัจจุบัน และการสร้างมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Community Enterprise Promotion Division, 2016) ที่ได้สรุปความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนคือการปรับเปลี่ยนการจัดการท่องเที่ยวชุมชนไปตามกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไปตามกระแสในโลกโซเซียล การแชร์หรือการบอกต่อในเรื่องการท่องเที่ยวนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกการท่องเที่ยวชุมชน

6. ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันรัฐบาลได้ใช้บริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ในการร่วมกันแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประชาชนในระดับรากหญ้าโดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำผลการวิจัยฉบับนี้ไปใช้เพื่อให้ได้ผล ควรนำไปใช้ดังนี้

6.1 การจัดตั้งคณะกรรมการ (Committee) เพื่อสรรหาชุมชนที่มีความพร้อม มีความสามัคคีและมีเอกลักษณ์ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ควรเลือกชุมชนที่มีต้นทุนทางธรรมชาติที่

ดี มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และชาวชุมชนมีอัตลักษณ์ต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยคณะกรรมการนี้ควรจะมี ความชำนาญในการเลือกชุมชนให้ได้ชุมชนเป้าหมายที่แท้จริง

6.2 การจัดตั้งคณะกรรมการการ (Committee) เพื่อสรรหาบุคลากรที่จะมาเป็น เจ้าหน้าที่บริษัทประชารัฐ เพื่อทำหน้าที่ประสานงานในพื้นที่ระหว่างหน่วยงานราชการกับชาว ชุมชน โดยการเปิดคัดเลือกโดยให้โอกาสคนที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่ก่อน ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะต้องมี การแสดงวิสัยทัศน์ถึงความชำนาญในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างดี

6.3 การวางแผนด้านทรัพยากรบุคคล (Human resource management) การ พัฒนาด้านทรัพยากรบุคคล ทั้งการอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนควรเป็นคนในพื้นที่ที่มีความทุ่มเท กระตือรือร้นการ ทำงานและเป็นบุคคลที่เสียสละอย่างแท้จริง

References

- Charatpim Chongsatien. (2010). *Sustainable Ecotourism Management by Communities Case Study of Na Chok Village, Nong Yat Sub-district, Mueang District. Nakhon Phanom Province*. Dissertation (B.E.), Naresuan University.
- Chuchit Chatree. (2008). *Community Potential Study Project for Tourism Management by Ban Kaeng Ko Yai Community, Bang Makha Subdistrict, Khanu Warlak Buri District Khampangphet*. Research report
- Community Enterprise Promotion Division. (2016). *Community tourism support*. Access information from <http://smce.doae.go.th/>.
- Damrongwongcharoen Chaiyasit. (2007). *Conservation Cultural Tourism Management By participation of the Phu Pha Yon case study community, Phu Phan district, Sakon Nakhon province*. Branch Culture science. Mahasarakrm University.

Nuchailek Sirinad. (2011). *Executive Summary Report*. Tourism Authority of Thailand. TAT Review Magazine. Bangkok.

Pracharath raksamakee (Thailand) co., Ltd. (2017). *Pracharath raksamakee News*. Retrieved from URL <http://www.prsthailand.com>

Sarasyot Phanomphon. (2009). *Tourism Management Guidelines for Cultural villages (homestays) Mukdahan Province*. Dissertation of Department of Culture Science. Mahasarakrm University.

Tourism Marketing Research Center. (2015). *Executive Summary Report. Tourism Authority of Thailand*. Bangkok.