



ISSN XXXX-XXXX (Online)

วารสารช่อดอกปีบปริทัศน์ Chor Dok Peeb Review

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2568 Vol.1 No.1 January - April 2025



Vol. 1 No. 1

January - April 2025

คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

กองบรรณาธิการ

ตำแหน่ง	ชื่อ	สถาบัน
ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญฤทธิ์ โอบณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต กิพย์เพ็ญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ผู้ช่วยบรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ หมั่นสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
กองบรรณาธิการ	รองศาสตราจารย์ ดร.วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณวดี พูลพอกสัน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
	รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
	รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรวี จิตภักดิ์	มหาวิทยาลัยทักษิณ
	รองศาสตราจารย์ ดร.พัชลินจิ จินนุณ	มหาวิทยาลัยทักษิณ
	รองศาสตราจารย์ ดร.บุษอริ ยีหมะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
	รองศาสตราจารย์พรจิต พิระพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชล นุณนาค	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร เต็มรัตนะกุล	มหาวิทยาลัยทักษิณ
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองแก้ว จันทรทึงทอง	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพล ศรีทอง	มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงษ์ เกียรติสมพงษ์	มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศิริธรรมะสกุล	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีชอล นุณอินศิริ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารี สาริปา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพงษ์ ทองศรีเขต	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ศรีสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรนภา พรพันธุ์ไพบูลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
	ดร.พสุธา โกมลมาลย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสวาส กุลวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนินทร์ สังขดวง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลดารา เพียรเจริญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ หมั่นสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำนง แก้วเนียม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีชอล บุณอินทร์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารี สารีปา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพงษ์ ทองศรีเกตุ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ศรีสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรนภา พรพันธุ์ไพฑูริย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
	ดร.พสุธา โกมลมาลย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสवास กุลวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ สังขดวง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลดารา เพียรเจริญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ หนี้นสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำนง แก้วเนียม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
กองจัดการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วราวุฒิ ดวงศิริ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติศักดิ์ ชุมทอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอกราช มะลิวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ฝ่ายศิลป	อาจารย์ปณิธาน แป้นสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ฝ่ายดูแลเว็บไซต์	นายกฤษณพงศ์ มุรินทร์นพมาศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	นายธีระชัย ชูน้อย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	นางสาวสาริยา ไคลคล้าย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

บทบรรณาธิการ

วารสารช่อดอกปีปปริทัศน์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2568) เป็นวารสารของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์และเผยแพร่ผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพ ในลักษณะของบทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) และบทความปริทรรศน์ (Review Article) ในสาขาด้านศิลปศาสตร์ (Liberal Arts) มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Humanities and Social Science) และสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีกระบวนการพิจารณาบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิในศาสตร์สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องบทความละ 3 ท่าน ในลักษณะระบบปกปิดรายชื่อ (Double - Blind Peer - Reviewed)

สำหรับผลงานการตีพิมพ์ในฉบับนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 6 บทความ ประกอบด้วย บทความวิจัย จำนวน 5 บทความ บทความวิชาการ จำนวน 1 บทความ โดยเป็นบทความในสาขาการโรงแรม สาขาการท่องเที่ยว และสาขาอาหารและเครื่องดื่ม

กองบรรณาธิการวารสารช่อดอกปีปปริทัศน์ ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เขียน และคณะทำงานในกองบรรณาธิการทุกท่านที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินการจัดทำต้นฉบับบทความ ประสานงานการดำเนินงานแก้ไขจนกระทั่งแล้วเสร็จ พร้อมทั้งเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยสมบูรณ์

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทความวิจัย	
1. แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่ปักอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครนายก	1 - 15
2. เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรัง เพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์	16 - 30
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา	31 - 45
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮ) บนฐานภูมิปัญญา เพื่อเสริมสร้าง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา	46 - 60
5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้าน กาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)	61 - 73
บทความวิชาการ	
1. การพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน	74 - 86

แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครนายก

Guidelines for Sustainable Accommodation Business Development in Nakhon Nayok Province

อนุสรณ์ คำตัน¹ และ อนิรุทธิ์ เจริญสุข^{2*}

Anusorn Khamton¹ and Anirut Jaroensuk^{2*}

¹ที่ทำการปกครองอำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก

²คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์วนารถ

¹ Nakhon Nayok District Office, Nakhon Nayok Province

² Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok
Chakrabongse Bhuvanarth Campus

*Corresponding author, e-mail: anirut_ja@rmutto.ac.th

Received October 7, 2024; Revised January 6, 2025; Accepted January 13, 2025

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก 2) ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก 3) วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักอย่างยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม 4) เสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาจากงานวิจัย บทความวิชาการ เอกสารที่เกี่ยวข้อง คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 26 คน ประกอบด้วย หัวหน้าส่วนงานภาครัฐ สมาคม ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก นักวิชาการ ภาคประชาสังคม และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับที่พักในจังหวัดนครนายก ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) จังหวัดนครนายกมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทำให้ธุรกิจที่พักเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะรีสอร์ท โฮมสเตย์ และที่พักเชิงนิเวศ 2) จุดแข็งของที่พักในนครนายก คือ ที่ตั้งใกล้กรุงเทพมหานคร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลากหลาย และต้นทุนที่พักต่ำ จุดอ่อน คือ โครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอและการประชาสัมพันธ์ยังจำกัด โอกาสมาจากแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและโครงการส่งเสริมจากรัฐบาล อุปสรรค คือ การแข่งขันจากจังหวัดใกล้เคียงและความเสี่ยงจากการจัดการทรัพยากรที่ไม่ยั่งยืน 3) แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในนครนายกอย่างยั่งยืนครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้พลังงานทดแทนและการจัดการทรัพยากร ด้านเศรษฐกิจเน้นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และลดต้นทุน และด้านสังคม ส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นและการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ 4) แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในนครนายกให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ควรนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น

ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยว ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน เรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ สร้างแรงจูงใจจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสร้างมาตรการวัดผลการพัฒนาที่ยั่งยืน

คำสำคัญ : การพัฒนาธุรกิจที่พัก ความยั่งยืน จังหวัดนครนายก

Abstract

This research aims to 1) study the current situation of accommodation businesses in Nakhon Nayok province; 2) examine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of accommodation businesses in the province; 3) analyze sustainable development approaches for accommodation businesses in terms of environmental, economic, and social dimensions; and 4) propose guidelines for the long-term sustainable growth of accommodation businesses. This is a qualitative study based on the review of research and academic articles and relevant documents, utilizing the triangulation method. Twenty-six key informants were selected through purposive sampling: whom of which are heads of government sectors, associations, accommodation business owners, scholars, civil society representatives, and residents associated in accommodation businesses in Nakhon Nayok province. In-depth interviews and non-participant observation were conducted. The findings reveal that (1) Nakhon Nayok province has experienced rapid growth in the accommodation business particularly in resorts, homestays, and eco-lodges due to its abundant natural attractions; (2) the proximity to Bangkok, the diversity of natural attractions, and low accommodation costs are found to be the province's strengths and an insufficient infrastructure and limited public relations efforts are found to be the weaknesses. (3) The sustainable development strategies for accommodation businesses in Nakhon Nayok province encompass environmental aspects: the use of renewable energy and resource management; economic aspects: the focus on increasing revenue from eco-tourism and cost reduction; and social aspects: the encouragement of local employment and the preservation of local culture between communities and business operators. (4) The long-term sustainable growth strategies for accommodation businesses in the province include the adoption of eco-tourism concepts, efficient resource management, collaboration with local communities, promotions of sustainable tourism to visitors, utilization of technology and innovation for sustainability, foster of learning among business entrepreneurs, incentives from the government and relevant

agencies to promote sustainable tourism, and development of measures to evaluate sustainable development progress.

Keywords: Accommodation Business Development, Sustainability, Nakhon Nayok province

บทนำ

การท่องเที่ยวโลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น การพัฒนาเทคโนโลยี ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น และผลกระทบจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ เช่น การระบาดของ COVID-19 การท่องเที่ยวเริ่มมีการปรับเปลี่ยนแนวทางไปสู่ความยั่งยืนมากขึ้น (World Tourism Organization [UNWTO], 2021) ซึ่งนักท่องเที่ยวในยุคใหม่มีความต้องการประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำได้รับความนิยมมากขึ้น รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวที่เน้นความรับผิดชอบต่อสังคม (Goodwin, 2020) นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัลยังเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิธีการท่องเที่ยว การจองที่พัก การเลือกเส้นทางท่องเที่ยว และการใช้บริการต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลกลายเป็นเรื่องปกติ เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ช่วยให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปรับปรุงการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน (Gössling & Peeters, 2019) ในอนาคต แนวโน้มการท่องเที่ยวจะยังคงมุ่งไปที่การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและการรักษาสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลก (Higgins-Desbiolles, 2020)

ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลก ด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (Tourism Authority of Thailand [TAT], 2021) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสีเขียวและวัฒนธรรมท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจำนวนมากเลือกที่จะเข้าพักในที่พักเชิงอนุรักษ์ที่มีการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน และทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เช่น การเดินป่า หรือการอนุรักษ์สัตว์ป่า (UNWTO, 2020) การท่องเที่ยวของประเทศไทยยังมีส่วนช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างมาก การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนสำคัญของ GDP ประเทศไทย โดยในปี 2019 ก่อนการระบาดของ COVID-19 การท่องเที่ยวสร้างรายได้มากกว่า 3 ล้านล้านบาทจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและในประเทศ (Bank of Thailand, 2020) แต่เมื่อเกิดการระบาดของ COVID-19 การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนัก จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างมาก ส่งผลกระทบต่อรายได้และการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Asian Development Bank, 2021) อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยได้มีการพัฒนานโยบายฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังการระบาดของ COVID-19 โดยเน้นการท่องเที่ยวในประเทศและการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น “เราเที่ยวด้วยกัน” และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน (TAT, 2021)

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดนครนายกซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นน้ำตก ภูเขา และพื้นที่สีเขียวต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง (Department of Tourism, 2022) ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกจึงมีบทบาทสำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ที่พักในจังหวัดนครนายกในปัจจุบันมีลักษณะที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาในด้านที่พักที่มุ่งเน้นไปยังการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและกิจกรรมผจญภัย เช่น การล่องแก่ง เดินป่า และการท่องเที่ยวในเชิงเกษตร เนื่องจากจังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ อาทิ น้ำตก วัด และเขื่อน การพัฒนาที่พักในพื้นที่ที่มีหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่รีสอร์ทหรูไปจนถึงโฮมสเตย์ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงชุมชน การให้บริการที่พักแบบยั่งยืนและรักษาสภาพแวดล้อมก็เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น เพื่อรองรับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวระดับโลกในปัจจุบัน (Department of Tourism, 2022)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ยังขาดการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทและมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย เช่น หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และนักวิชาการ ในการพัฒนาธุรกิจที่พักอย่างยั่งยืน การพัฒนาธุรกิจที่พักในพื้นที่นี้ยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากที่พักในนครนายกหลายแห่งตั้งอยู่ในบริเวณที่มีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ เช่น ใกล้ น้ำตก ป่าไม้ และพื้นที่เกษตรกรรม การขยายตัวของธุรกิจที่พักอาจส่งผลให้มีการก่อสร้างในพื้นที่ธรรมชาติหรือพื้นที่ที่มีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลง การบริหารจัดการที่พักต้องพิจารณาถึงปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง และมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเยือนพร้อมกัน ธุรกิจที่พักอาจไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ซึ่งอาจนำไปสู่การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับการรักษาความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ทรัพยากรในระยะยาว ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจที่พักจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมควบคู่ไปกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกอย่างยั่งยืน โดยทำความเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก รวมถึงการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก และวิเคราะห์การพัฒนาธุรกิจที่พักอย่างยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักที่สามารถตอบโจทย์การเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก
3. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักอย่างยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่ปักในจังหวัดนครนายกให้เป็นไปอย่างยั่งยืน ครอบคลุมทั้งสามมิติสำคัญ ได้แก่ มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติด้านสังคม การวิจัยยังเน้นไปที่การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความยั่งยืน เช่น แนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืน และการสนับสนุนจากภาครัฐ ในส่วนของแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่ปักในจังหวัดนครนายก ใช้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน จัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 26 คน ประกอบด้วยหัวหน้าส่วนงานภาครัฐ จำนวน 2 คน สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการธุรกิจที่ปัก จำนวน 15 คน นักวิชาการสิ่งแวดล้อม จำนวน 1 คน ภาคประชาสังคม จำนวน 2 คน และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับที่ปักในจังหวัดนครนายก จำนวน 4 คน นอกจากนี้ยังใช้การวิเคราะห์เอกสาร ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการศึกษาแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) จากกรณีศึกษาของพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับจังหวัดนครนายก การวิเคราะห์ข้อมูลจะเน้นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาธุรกิจที่ปักอย่างยั่งยืน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยจำกัดขอบเขตพื้นที่เฉพาะ จังหวัดนครนายก ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ พื้นที่ศึกษาครอบคลุมถึงแหล่งท่องเที่ยวหลักและธุรกิจที่ปักในพื้นที่สำคัญ เช่น บริเวณน้ำตก วัตวาลาราม หรือพื้นที่ธรรมชาติที่เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว การเลือกจังหวัดนครนายกเป็นพื้นที่วิจัยเกิดจากความสำคัญทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยว และความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการที่ปักให้สอดคล้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยนี้ครอบคลุมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจำนวน 6 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2567 โดยแบ่งออกเป็นช่วงของการเตรียมการ การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์เอกสาร และช่วงของการวิเคราะห์และสรุปผล การเก็บข้อมูลเน้นในช่วงฤดูการท่องเที่ยวที่ธุรกิจที่ปักมีความคึกคักเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและหลากหลาย

การเก็บและรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหัวหน้าส่วนงานภาครัฐ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ปัก นักวิชาการสิ่งแวดล้อม ภาคประชาสังคม และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับที่ปักในจังหวัดนครนายก จำนวน 26 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างที่พิจารณาจากคุณสมบัติหรือคุณลักษณะเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเน้นกลุ่มคนที่สามารถให้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและเชื่อถือได้ โดยเฉพาะในกรณีที่ข้อมูลปฐมภูมิที่ต้องการเก็บรวบรวมมาจากบุคคลที่มีประสบการณ์ ความรู้ หรือมีบทบาทสำคัญในประเด็นการวิจัย (Patton, 2002) การสัมภาษณ์เชิงลึก

เป็นการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และมีการชักถามข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้งจากผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความเชื่อมั่นว่าข้อสรุปนั้นตรงความเป็นจริง แบบสัมภาษณ์ได้ผ่านขั้นตอน คือการหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน หลังจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแล้ว ได้นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (item objective index : IOC) ผลทดสอบพบว่ามีความสอดคล้อง ได้ 1.00 ในส่วนของประเด็นการสัมภาษณ์ ได้แก่ สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจที่พิกในจังหวัดนครนายก และจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจที่พิกในจังหวัดนครนายก และในส่วนของประเด็นการสังเกตการณ์ คือ การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการของเสียและมลพิษ และการออกแบบและก่อสร้างที่พัก

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากงานวิจัย บทความวิชาการ เอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยมีการกระบวนกรตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าใน 3 ด้าน (Denzin, 1978) ได้แก่ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นแนวทางสำหรับการยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล และยืนยันว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาถูกต้องหรือไม่ โดยผู้วิจัยพิจารณาช่วงเวลาที่แตกต่างกัน สถานที่ต่างกัน และบุคคลผู้ให้ข้อมูลแตกต่างกัน แล้วนำมาพิจารณาว่าข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) โดยมีผู้ช่วยนักวิจัยช่วยในการสอบถามข้อมูล แทนที่จะใช้ผู้วิจัย เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลให้แน่ใจว่าเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ และ 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการศึกษาเอกสารเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์และตีความ โดยอาศัยหลักความสอดคล้องกันระหว่างสาเหตุและผลที่อธิบายได้ด้วยข้อมูลที่มีอยู่จริง (Realism) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล เป็นการทำให้ข้อมูลมีความเป็นระบบ เพื่อสะดวกในการจัดเก็บและนำไปใช้งาน สามารถแบ่งการจัดระบบข้อมูลทางกายภาพ ได้แก่ การถอดเทปบันทึกเสียงในรูปข้อความโดยบันทึกลงในไฟล์คอมพิวเตอร์แบบคำต่อคำ จากนั้นผู้วิจัยอ่านข้อมูลทั้งหมดเพื่อให้เห็นภาพคร่าว ๆ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่าน 3 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การเปิดรหัส (Open Coding) หาแก่นของรหัส (Axial Coding) การเลือกรหัส (Selective Coding)

2. การแสดงข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลที่ใส่รหัสแล้วกลับมารวมกันใหม่ให้เป็นกลุ่ม (Reassembling) โดยจำแนกตามประเด็นการวิเคราะห์

3. การหาข้อสรุป ตีความ และตรวจสอบประเด็นความถูกต้อง โดยข้อสรุปอยู่ในรูปของคำอธิบาย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง ความตรงประเด็น และการตีความตามข้อสรุป

การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และเรียบเรียงเชื่อมโยงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก

จังหวัดนครนายกเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติและ การผจญภัย เช่น ล่องแก่งและขับ ATV โดยมีที่พักประเภท Eco-lodges และโฮมสเตย์ที่ได้รับความนิยมจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ และเนื่องจากระยะทางใกล้กรุงเทพมหานคร ธุรกิจรีสอร์ทและโรงแรมขนาดเล็กจึงมีการ เติบโตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวระยะสั้นที่มาพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ ที่พักในจังหวัด นครนายกมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่รีสอร์ทขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ที่เน้นประสบการณ์เชิงธรรมชาติและ การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จนถึงโฮมสเตย์ที่บริหารโดยชุมชนท้องถิ่นที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์และ การมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งเป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน การระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก ผู้ประกอบการต้องปรับตัวด้วยการลดต้นทุน เพิ่มมาตรการด้านสุขอนามัยเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว หลัง COVID-19 คลี่คลาย การท่องเที่ยว ระยะสั้นและครอบครัวกลับมาฟื้นตัว แต่ยังคงเผชิญกับความท้าทายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ธุรกิจ ที่พักในจังหวัดนครนายกต้องพึ่งพากลุ่มลูกค้าภายในประเทศเป็นหลัก ซึ่งทำให้รายได้มีความไม่แน่นอน โดยเฉพาะในช่วงวันธรรมดาที่จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ผู้ประกอบการที่พักในจังหวัดนครนายกเริ่มให้ ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมการจ้างงานและใช้วัตถุดิบจากชุมชน เพื่อสร้างความ ผูกพันและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน มีการดำเนินธุรกิจที่พักที่เน้นการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุธรรมชาติและการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ แต่ยังมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ขาดความตระหนัก ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม หากไม่ได้รับการจัดการที่ดี อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว รัฐบาล และหน่วยงานท้องถิ่นได้สนับสนุนโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน รวมถึงการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจที่พักในจังหวัด นครนายก

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกจากผู้ให้ ข้อมูลหลักทั้ง 26 คน

จุดแข็ง (Strengths)

1. ที่ตั้งของจังหวัดนครนายกไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางสะดวก ทำให้เป็นจุดหมาย ท่องเที่ยวที่นิยมสำหรับการท่องเที่ยวระยะสั้นและช่วงสุดสัปดาห์
2. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น น้ำตกสาริกา น้ำตกนางรอง และเขื่อนขุนด่าน ปราการชล ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนใกล้ชิดธรรมชาติ

3. มีโฮมสเตย์และรีสอร์ทเชิงนิเวศที่เน้นประสบการณ์แบบธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น ทำให้เป็นจุดขายที่แตกต่างและเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

4. ต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ทำให้เป็นโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกบางพื้นที่ยังขาดแคลน ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ต้องการความสะดวกสบายสูงอาจไม่เลือกจังหวัดนครนายก

2. ผู้ประกอบการโฮมสเตย์และรีสอร์ทขนาดเล็กบางรายยังขาดความรู้ในการจัดการบริการที่ได้มาตรฐาน เช่น การจัดการทรัพยากร ความสะดวก และความปลอดภัยของผู้เข้าพัก

3. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยังมีจำกัด ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ทราบถึงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักในพื้นที่

4. ธุรกิจที่พักบางแห่งยังไม่มีการจัดการขยะและน้ำเสียอย่างเป็นระบบ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5. ขาดการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ทำให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

โอกาส (Opportunities)

1. แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกำลังเป็นที่นิยม ทำให้นักท่องเที่ยวที่รักในจังหวัดนครนายกสามารถตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

2. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน ช่วยกระตุ้นให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น

3. หลังจาก COVID-19 คลี่คลาย นักท่องเที่ยวมองหาสถานที่ท่องเที่ยวที่เงียบสงบ ใกล้ชิดธรรมชาติ และปลอดภัยจากความแออัด ซึ่งจังหวัดนครนายกตอบโจทย์นี้ได้ดี

4. ที่พักที่มีการออกแบบสร้างสรรค์หรือประสบการณ์เฉพาะ เช่น ที่พักแนวแคมป์ปิ้ง หรือธรรมชาติที่เน้นความผ่อนคลาย กำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

1. การแข่งขันจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น ปราจีนบุรีและสระบุรี ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวคล้ายกันและบางแห่งมีโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมกว่า

2. การเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจากการใช้ทรัพยากรอย่างไม่ยั่งยืน เช่น การขาดการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ อาจทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมสภาพในระยะยาว

3. สถานการณ์เศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อาจลดการเดินทาง

4. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำลดลงในฤดูแล้งหรือน้ำท่วมในฤดูฝน ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่ปักอย่างยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม

ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่ปักในจังหวัดนครนายกอย่างยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 26 คน จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยแบ่งเป็นมิติต่าง ๆ ดังนี้

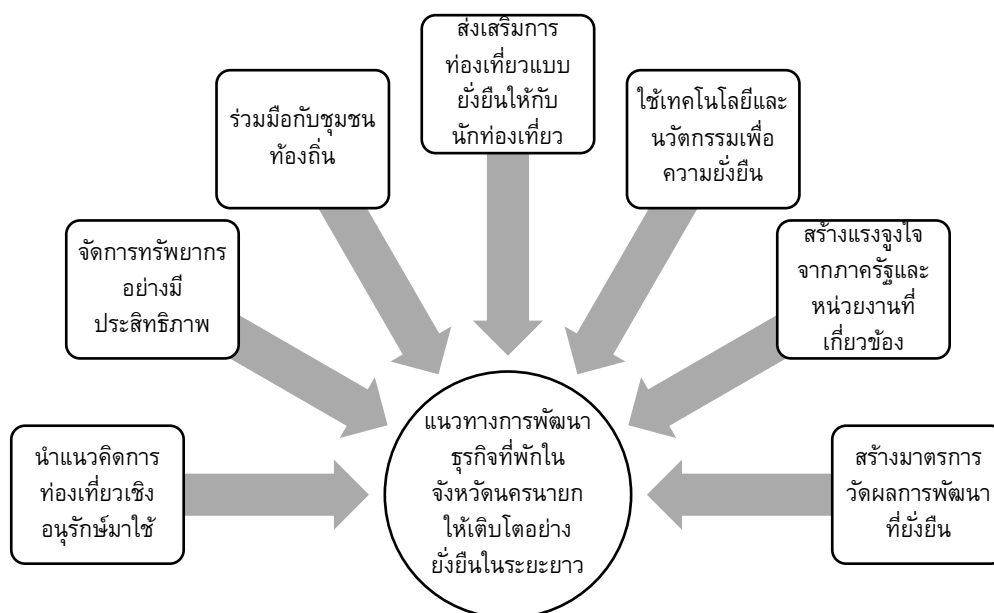
มิติด้านสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลังงานจากแหล่งที่ไม่ยั่งยืน และส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน เช่น โซลาร์เซลล์ ใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเก็บน้ำฝนและระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อลดผลกระทบต่อทรัพยากรน้ำ ลดขยะตั้งแต่ต้นทาง ส่งเสริมการรีไซเคิลและการจัดการขยะอินทรีย์อย่างเป็นระบบ ใช้วัสดุก่อสร้างที่ยั่งยืน เช่น ไม้ไผ่และวัสดุรีไซเคิล เพื่อรักษาความสมดุลของธรรมชาติ เว้นพื้นที่สีเขียวและปลูกต้นไม้เพิ่ม ช่วยรักษาระบบนิเวศในระยะยาว

มิติด้านเศรษฐกิจ เสนอโปรแกรมที่เน้นการสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ลดการใช้พลังงาน และการใช้น้ำอย่างเหมาะสม เพื่อประหยัดต้นทุน จ้างงานและจัดซื้อวัตถุดิบจากชุมชน ช่วยเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจ พัฒนาที่พักหลากหลายและบริการเสริม เช่น สปาและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อดึงดูดลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ใช้ระบบจองออนไลน์และเทคโนโลยีเพื่อประหยัดพลังงาน ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ ใช้กลยุทธ์การตลาดที่เน้นความยั่งยืนและส่งเสริมการตลาดดิจิทัลเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

มิติด้านสังคม ให้โอกาสคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจ ช่วยเสริมสร้างทักษะและลดอัตราว่างงาน จัดกิจกรรมที่นำเสนอวัฒนธรรมและอาหารพื้นเมือง ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจ จัดโครงการร่วมกับชุมชน เช่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และร่วมจัดการสิ่งแวดล้อม ทำกิจกรรมสนับสนุนชุมชน เช่น การสนับสนุนการศึกษาและใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในธุรกิจ จัดอบรมทักษะและกิจกรรมการเรียนรู้ เช่น ทริปท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่ปักในจังหวัดนครนายกให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

การพัฒนาธุรกิจที่ปักในจังหวัดนครนายกให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ต้องคำนึงถึงการรักษาสมดุลระหว่างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผลการวิจัยนำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ กรอบในการพัฒนาเพื่อให้ธุรกิจที่ปักเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ได้ตั้งแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

1. การนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ ธุรกิจที่พักควรออกแบบและก่อสร้างให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้วัสดุก่อสร้างยั่งยืนและเทคโนโลยีที่ช่วยประหยัดพลังงาน เช่น โซลาร์เซลล์และระบบบำบัดน้ำเสีย
2. การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ควรส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนและการใช้น้ำอย่างประหยัด รวมถึงติดตั้งระบบเก็บน้ำฝนและการบำบัดน้ำเสียเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
3. ความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น ใช้สินค้าหรือบริการจากชุมชนท้องถิ่น และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชน เช่น การนำเที่ยว การสอนทำอาหารท้องถิ่น หรือการขายสินค้าพื้นเมือง
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยว สร้างความตระหนักให้กับนักท่องเที่ยว โดยให้ข้อมูลและการอบรมเกี่ยวกับการลดขยะ การใช้น้ำและพลังงานอย่างประหยัด และการปฏิบัติตนที่เหมาะสมต่อสิ่งแวดล้อม
5. การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน ใช้เทคโนโลยีเพื่อลดการใช้ทรัพยากร เช่น ระบบการจัดการพลังงานอัจฉริยะ และแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. การเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ ส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการที่พักในจังหวัดนครนายก เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน
7. การสร้างแรงจูงใจจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รัฐควรสนับสนุนการพัฒนาที่พักอย่างยั่งยืนผ่านสิทธิประโยชน์ทางภาษี เงินทุนสนับสนุน หรือรางวัลที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

8. การสร้างมาตรการวัดผลการพัฒนาที่ยั่งยืน พัฒนาเกณฑ์การวัดผลด้านการลดขยะ การใช้พลังงาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก พบว่า ธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกมีศักยภาพในการเติบโตสูง เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในด้านธรรมชาติและสภาพแวดล้อมแบบเชิงนิเวศ ความท้าทายในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและการสร้างความยั่งยืนในธุรกิจเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ ควบคู่กับการปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การฟื้นตัวหลัง COVID-19 จุดแข็ง (Strengths) จังหวัดนครนายกตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางสะดวก มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามและต้นทุนการดำเนินธุรกิจต่ำ จุดอ่อน (Weaknesses) ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่งสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ประกอบการบางรายขาดความรู้ในการบริหารจัดการธุรกิจให้ได้มาตรฐาน ทั้งในด้านการบริการและการจัดการ โอกาส (Opportunities) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นที่นิยมมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับจุดเด่นของจังหวัดนครนายก รัฐบาลสนับสนุนโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน" และโครงการอื่น ๆ กระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ นอกจากนี้ ความต้องการที่พักที่เงียบสงบและใกล้ชิดธรรมชาติหลังสถานการณ์ COVID-19 เป็นโอกาสสำคัญสำหรับจังหวัดนครนายก อุปสรรค (Threats) จังหวัดใกล้เคียง เช่น ปราจีนบุรีและสระบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวที่คล้ายกัน และมีโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมกว่า ทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนอาจเลือกจังหวัดอื่นแทน

ผลวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักอย่างยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม พบว่า มิติที่ 1 ด้านสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานสะอาดช่วยลดต้นทุนระยะยาวและลดการพึ่งพาพลังงานที่ไม่ยั่งยืน สอดคล้องกับ Jaroensuk (2024) ปัจจัยสำคัญที่มีทิศทางที่จะกำหนดรูปแบบอุตสาหกรรมโรงแรมในช่วงทศวรรษหน้า การค้นพบชี้ให้เห็นว่า ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ความต้องการในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะเพิ่มขึ้น โรงแรมจะต้องปรับปรุงและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงลดการปล่อยคาร์บอนและขยะเพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยังสอดคล้องกับ Kuaicharoenphanit & Fakfang (2019) แนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว ด้านการบริหารจัดการน้ำ โรงแรมควรมีการกำหนดนโยบาย การประหยัดพลังงาน การรณรงค์ อนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ด้านการอนุรักษ์พลังงาน โรงแรมควรมีการวางแผนการบริหารจัดการพลังงานตั้งแต่การออกแบบพื้นที่ สาธารณะของโรงแรมให้เป็นพื้นที่โปร่ง หลังคาสูง อากาศถ่ายเทได้สะดวกเพื่อลดปริมาณการใช้เครื่องปรับอากาศทั้งพื้นที่ส่วนกลาง มีมาตรการการประหยัดพลังงานภายในโรงแรม และด้านการจัดการของเสีย โรงแรมควรมีการรณรงค์การลดปริมาณขยะและของเสีย โดยใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

มิติที่ 2 ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจที่พักสามารถสร้างรายได้เสริมจากกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนและเพิ่มรายได้ การลดการใช้ทรัพยากรและพลังงาน รวมถึงการลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยลดต้นทุน ช่วยให้ธุรกิจรักษาความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มกำไรสุทธิในระยะยาว ส่งเสริมการจ้าง

งานและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น แต่ยังเสริมภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เพิ่มบริการเสริมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ Homudomthap & Krimjai (2020) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของชาวชุมชนโฮมสเตย์ คือ ด้านเศรษฐกิจ คือ การที่ชุมชนมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เศรษฐกิจของชุมชนพัฒนาดีขึ้น และชาวชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

มิติที่ 3 ด้านสังคม สร้างรายได้และพัฒนาทักษะให้กับคนในชุมชน ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างความยั่งยืนด้านการจ้างงาน รวมถึงเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมในชุมชน การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน การทำกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและเพิ่มความน่าเชื่อถือของธุรกิจ ในสายตา นักท่องเที่ยว ช่วยเพิ่มรายได้และการพึ่งพิงกันอย่างยั่งยืนระหว่างธุรกิจและชุมชน สอดคล้องกับ Noonil (2021) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโรงแรม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจโรงแรม ประกอบด้วย ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร ปัจจัยด้านนโยบายขององค์กร ปัจจัยด้านการสื่อสารและการพัฒนาบุคลากร และปัจจัยด้านทรัพยากรองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านกฎหมายหรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่าย

การพัฒนาธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว มีแนวทางดังนี้ นำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยว ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน สอดคล้องกับ Jaroensuk (2022) นวัตกรรมบริการเหมือนเป็นสิ่งใกล้ตัวในสังคมและสิ่งแวดล้อมในรอบด้านของธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัตอย่างรอบด้านเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ต้องสร้างนวัตกรรมบริการ การสร้างคุณค่าด้วยนวัตกรรมบริการ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) ความคุ้มค่าทางการเงินที่ลูกค้าได้รับจากการบริการโดยเปรียบเทียบกับทางเลือกอื่น 2) คุณค่าทางอรรถประโยชน์ (Functional Value) คือการบริการใหม่สามารถตอบสนองในเชิงประโยชน์ใช้สอยมากกว่าเดิมอย่างชัดเจน 3) คุณค่าทางจิตใจ (Psychological Value) คือความรู้สึกด้านจิตใจที่ได้รับจากการบริการที่จับต้องไม่ได้ เรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ สร้างแรงจูงใจจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสร้างมาตรการวัดผลการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องกับ Bramwell & Lane (2010) ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยแนะนำให้ธุรกิจที่พักเน้นการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจและการรักษาสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนท้องถิ่นเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาธุรกิจที่ปักในจังหวัดนครนายกอย่างยั่งยืนต้องมุ่งเน้นการสร้างสมดุลในมิติด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ข้อเสนอจากงานวิจัยนี้จึงเน้นการใช้พลังงานทดแทน การอนุรักษ์ทรัพยากร การลดต้นทุน และการสร้างความร่วมมือกับชุมชน ซึ่งจะช่วยสร้างความยั่งยืนในระยะยาวให้กับทั้งธุรกิจและสังคม

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการควรพิจารณาการนำพลังงานทดแทนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การติดตั้งโซลาร์เซลล์ เพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้าให้กับที่พัก ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากแหล่งที่ไม่ยั่งยืน อีกทั้งช่วยลดต้นทุนในระยะยาว ควรมีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเก็บน้ำฝนเพื่อนำมาใช้ในการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย และการรีไซเคิลน้ำเพื่อช่วยลดผลกระทบต่อแหล่งน้ำธรรมชาติ ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญของจังหวัด ธุรกิจที่ปักควรลดการใช้พลาสติกและส่งเสริมการรีไซเคิลขยะ เพื่อจัดการปัญหาขยะที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว การออกแบบและก่อสร้างที่พักควรเน้นการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุรีไซเคิลหรือวัสดุธรรมชาติ นอกจากนี้ ควรออกแบบที่พักให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมโดยรอบ เช่น การใช้แสงสว่างธรรมชาติและการเล่นพื้นที่สีเขียว เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาและการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

2. มิติด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจที่ปักควรพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ตอกใจแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การเดินป่า การเรียนรู้วัฒนธรรมพื้นเมือง และการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจความยั่งยืน การลดต้นทุนผ่านการจัดการทรัพยากร เช่น การประหยัดพลังงานและน้ำ รวมถึงการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ธุรกิจมีความยั่งยืนมากขึ้น นอกจากนี้ การลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน เช่น ระบบพลังงานแสงอาทิตย์และระบบควบคุมการใช้ไฟฟ้าอัตโนมัติ ช่วยเสริมความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจที่ปักควรสร้างความร่วมมือกับชุมชนในหลาย ๆ ด้าน เช่น การจ้างงานในท้องถิ่น การจัดซื้อผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบจากผู้ประกอบการในท้องถิ่น และการส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนและเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจที่ปัก และธุรกิจควรพิจารณาการกระจายผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การเพิ่มบริการเสริม อาทิ สปา ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ หรือที่พักแนวธรรมชาติ เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ

3. มิติด้านสังคม การจ้างงานจากคนในชุมชนท้องถิ่นไม่เพียงแต่ช่วยลดอัตราการว่างงาน แต่ยังช่วยเสริมสร้างทักษะและความรู้ใหม่ ๆ ให้กับคนในท้องถิ่น การให้โอกาสชุมชนในการมีส่วนร่วมในธุรกิจที่ปักจะส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ธุรกิจที่ปักควรสนับสนุนการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การนำเสนออาหารพื้นเมือง การจัดกิจกรรมแสดงศิลปพื้นบ้าน หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจและเสริมสร้างความน่าสนใจให้กับพื้นที่ ธุรกิจควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยการร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมร่วมกัน ซึ่งจะช่วยสร้างความไว้วางใจและความร่วมมือในระยะยาว และธุรกิจควรดำเนินกิจกรรม CSR ที่เน้นการสนับสนุนชุมชน

เช่น การสนับสนุนด้านการศึกษา การให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือการจัดกิจกรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม นอกจากนี้ การใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนในธุรกิจที่พักจะช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน

แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายกให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว มีดังนี้ การนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน การเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ การสร้างแรงจูงใจจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการสร้างมาตรการวัดผลการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ควรสนับสนุนให้มีการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น ธุรกิจที่พักควรจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว แนะนำให้ธุรกิจที่พักนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการด้านพลังงาน น้ำ และขยะควรมีการจัดตั้งเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในจังหวัดนครนายก เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ภาครัฐควรมีนโยบายที่สนับสนุนธุรกิจที่พักที่มุ่งเน้นความยั่งยืน เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี หรือเงินทุนสนับสนุนโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภาคการท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจที่พักในทิศทางที่ยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ควรพัฒนาเกณฑ์การวัดผลสำหรับธุรกิจที่พักที่เกี่ยวกับความยั่งยืน เช่น การลดปริมาณขยะ การใช้พลังงานทดแทน และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการทำงาน ซึ่งจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการพัฒนาธุรกิจที่สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาและวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องของความต้องการและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนในจังหวัดนครนายก เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงการให้บริการและพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Asian Development Bank. (2021). *Tourism sector recovery after COVID-19: Thailand case study*. Available Source: <https://www.adb.org/publications/tourism-recovery-thailand-covid-19>
- Bank of Thailand. (2020). *Thailand's economic outlook 2020*. Available Source: <https://www.bot.or.th>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2010). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 319-325.

- Department of Tourism. (2022). *Tourism statistics of Nakhon Nayok province*.
<https://www.tourism.go.th>
- Department of Tourism. (2022). *Tourism statistics in Thailand*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Goodwin, H. (2020). Responsible tourism: Responding to the challenges of climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 711-726.
- Gössling, S., & Peeters, P. (2019). Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(2), 249-268.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623.
- Jaroensuk, A. (2022). Service innovation management model for hotel business in Thailand. *Journal of Social Science*, 11(2), 98-113.
- Jaroensuk, A. (2024). Trend of the Hotel Industry in 2030. *Journal of Social Sciences*, 11(2), 48- 58.
- Kuaicharoenphanit, K. & Fakfang, P. (2019). Environmental Conservation Guidelines, Waste Reduction and Energy Reduction: A Case Study of a Five-Star Hotel in Sukhumvit. In *the 9th Sukhothai Thammathirat Open University National Research Conference* (pp. 1782-1795), Bangkok: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Homudomthap, P. & Krimjai, N. (2020). Factors of Success of Homestay Business Operators in Thailand. *Siam Academic*, 21(2), 1-16.
- Noonil, S. (2021). Social Responsibility of Hotel Business Organizations. *Silpakorn University Journal*, 41(1), 53-54
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). California: Sage Publications.
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *Thailand tourism statistics 2021*. Bangkok: TAT.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *Sustainable tourism in Asia: Case studies and policy recommendations*. Madrid: UNWTO.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021). *Tourism in the post-COVID world: Recovery strategies and the future of the industry*. Madrid: UNWTO.

**เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรัง
เพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์**
**Cultural Tourism Routes and Trang Roasted Pork Culture Heritage
for Learning in Creative Economy**

ทัศนาวลัย ตันติเอกรัตน์^{1*} และ ชฎาวรรณ ศิริจารุกุล ²
Tussanawalai Tuntiekaratana^{1*} and Chadawan Sirijarukul²

^{1,2}โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

^{1,2}School of Tourism and Hospitality Management, Suan Dusit University

*Corresponding author, e-mail: tussanawalai.tun@gmail.com

Received October 14, 2024; Revised December 23, 2024; Accepted December 27, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว 2) ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง และ 3) สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง เป็นการวิจัยแบบผสม งานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน งานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก 2) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง พบว่า มีศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพการรองรับด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก 3) การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง ได้นำสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยว “มนต์เสน่ห์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำนานหมูย่างเมืองตรัง” มีลักษณะการจัดเส้นทางแบบทางเดียว ประกอบด้วยร้านอาหารเช้าแบบต้มยำ ชุมชนท่าจีน ศาลเจ้าท่ามกงเยี้ย อาคารสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ชุมชนวิสาหกิจผ้าทอนาหมื่นศรี ชุมชนหมูย่างปายาง บ้านตระกูลศิริรัตน์ โรงงานเตาย่างหมู โดยมีการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ระดับมาก

คำสำคัญ : เส้นทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว อาหารหมูย่างเมืองตรัง

Abstract

The objectives of the research were: 1) to analyze tourist behavior and opinions towards tourism routes, 2) to evaluate the tourist attraction potential of the cultural tourism destinations in which the Trang roasted pork culture heritage was included, 3) to create a cultural tourism route in which the roasted pork culture heritage of Trang province was included. This research took a mixed-methods approach. Quantitatively, data was collected by means of questionnaires. Four hundred tourists completed the questionnaires. They were invited to the research by simple random sampling. The data was analyzed for percentages, means, and standard deviation. Qualitatively, tourism stakeholders were asked to participate in semi-structured interviews. The interviewees were purposefully selected. A content analysis was carried out on the data. The analyses found that 1) the tourists' behavior and their opinions towards the tourist routes fell into a high level, 2) the tourist attraction potential of the cultural tourism attractions, in which the Trang roasted pork culture heritage was included, fell into a high level in all three areas: tourist attraction, tourism management, and tourism capacity. 3) The created one-way travel route called "The charm of cultural tourism, the legend of Trang's roasted pork" was identified to be an appropriate trip at a high level. The route covered Trang Dim Sum breakfast, Tha-Chin Village, Tham-Kong Yia Shrine, Sino-Portuguese architecture buildings, Phraya Ratsadanupradit Mahison Phakdi Monument, Na Muen Sri Woven Cloth Community, Pa Yang Roasted Pork Community, Kirirat House, and Trang Roasted Pork Factory.

Keywords: Tourism Route, Cultural Tourism, Tourist Attraction Potential, Trang Roasted Pork

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมวิถีชีวิต ศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมความเจริญรุ่งเรือง ได้เรียนรู้ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ และความนิยมของคนในพื้นที่ตั้งแต่อดีตสืบทอดกันมาถึงปัจจุบัน โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะนำเอาภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้เป็นสิ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างและความตื่นเต้นให้แก่ นักท่องเที่ยวในการมาสัมผัสวิถีชีวิตชนบทอย่างแท้จริง ถือเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางบวก เพราะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถขยายฤดูกาลท่องเที่ยวได้ในทุกช่วงเวลาโดยที่ไม่จำกัดถึงสภาพอากาศ (สรีตา พันธุ์เทียน และคณะ, 2560) จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทยผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) นำเอกลักษณ์และศักยภาพของท้องถิ่นที่มีอยู่มาต่อยอดและพัฒนาเพื่อ

สร้างเกิดรายได้ สร้างความมั่งคั่งฟื้นฟูให้กับชุมชน รัฐบาลมีแนวทางการฟื้นฟูเศรษฐกิจตามนโยบายที่มุ่งส่งเสริม Soft Power ได้แก่ อาหาร ภาพยนตร์ ศิลปะการป้องกันตัว แพชั่นไทย เทศกาลประเพณีไทย ให้เป็นทรัพยากรที่สำคัญสู่สินค้าส่งออกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ทั้งนี้องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) เห็นความสำคัญของการกินและได้กล่าวถึงปรากฏการณ์เที่ยวเพื่อกินหรือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) ว่าเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นควบคู่กับการท่องเที่ยว เพราะการรับประทานอาหารเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินและมีเวลามากที่สุด (The United Nation World Tourism Organization, 2014) และพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มสูงขึ้น คิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ได้เข้ามาท่องเที่ยว และมีนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ผ่านวัฒนธรรมการบริโภคอาหาร ถือเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มุ่งเน้นประสบการณ์จากวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง (World Tourism Organization, 2012) ทั้งนี้ สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลกสร้างรายได้ที่มีมูลค่าสูงถึง 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทย รัฐบาลกำหนดนโยบายส่งเสริมกระตุ้นเศรษฐกิจ อาทิ โครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ภาคการเกษตร โดยอาหารท้องถิ่นสามารถเป็นสื่อบอกเล่าเรื่องราวที่สำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว อาหารแต่ละท้องถิ่นจะแสดงถึงการได้เรียนรู้วิถีการและลงมือทำอาหารด้วยตนเอง การลิ้มรสอาหาร และความสุนทริยภาพของเรื่องราวอาหาร ถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจและทำให้นักท่องเที่ยวเปิดใจรับและเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นอันจะทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (พรณี สวนเพลง และคณะ, 2559)

จังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่มีสิ่งดึงดูดใจด้านวิถีวัฒนธรรม ประเพณีเทศกาลที่มีชื่อเสียงมายาวนาน เช่น เทศกาลขนมเค้ก เทศกาลไหว้พระจันทร์ เทศกาลถือศีลกินผัก เทศกาลหมุย่างเมืองตรัง เป็นต้น ซึ่งเกิดจากการผสมผสานระหว่างความเป็นชุมชนเมืองและชนบท มีเอกลักษณ์ดั้งเดิมที่ไม่ผันเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและกระแสนิยม สามารถสัมผัสได้จากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และตรังเป็นเมืองที่มีเสน่ห์ในเรื่องของอาหารการกินได้รับการขนานนามว่า “เมืองแห่งคนช่างกิน” และในปี พ.ศ. 2558 ได้รับเลือกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็น 1 ใน 12 เมืองต้องห้าม...พลาด ภายใต้แนวคิด “ตรัง..ยุทธจักรความอร่อย” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) โดยในปี พ.ศ. 2548 “หมุย่างเมืองตรัง” ได้รับการคุ้มครองเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เป็นอาหารที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานรวมทั้งการผลิตหมุย่างที่มาจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมการกินผสมผสานกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิมตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2549) นอกจากนี้ ยังมีการนำหมุย่างขึ้นโต๊ะในงานแต่งงาน งานตรุษสารท งานศพ และพิธีเช่นไหว้ โดยจังหวัดตรังจัดให้มีงานหมุย่างเมืองตรังในเดือนกันยายนของทุกปี มีผู้ผลิตหมุย่างที่ได้รับการขึ้นทะเบียนคุ้มครองเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอห้วยยอด และอำเภอย่านตาขาว ทั้งยังพบว่า รายได้จากการผลิตและจำหน่ายหมุย่างเฉลี่ย

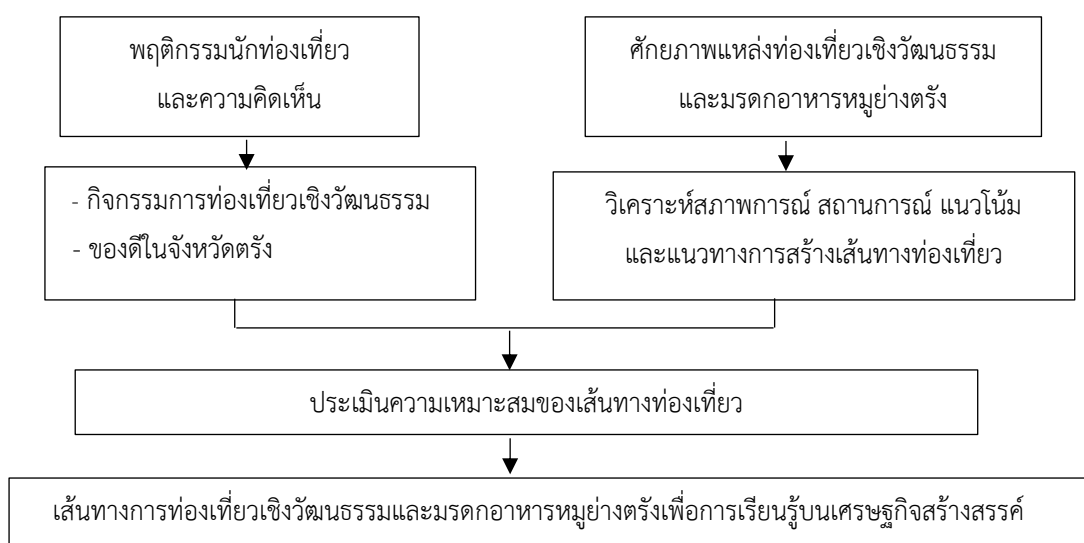
เป็นจำนวน 300 กิโลกรัมต่อวัน หากเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยวจะมีการผลิตและจำหน่ายเป็นจำนวน 1,000 กิโลกรัมต่อวัน (กันยาวิ หัวเขา, 2563) หมูย่างเมืองตรังสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีกระบวนการผลิตที่มีสูตรเฉพาะ มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น แต่ในปัจจุบันแหล่งที่มาของข้อมูล เรื่องราวความเป็นมาของหมูย่างเมืองตรังอาจจะยังไม่ปรากฏข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ หรือมีแหล่งที่สามารถสืบค้นได้ชัดเจน เช่น แหล่งวัตถุดิบก่อนการผลิต กระบวนการผลิตหมูย่าง สถานที่ที่มีความเกี่ยวข้อง ผลิตภัณท์ของฝากจากหมูย่าง เป็นต้น เพื่อให้ทุกพื้นที่ทุกชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับหมูย่างเมืองตรังได้เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกทางอาหารของจังหวัดตรัง นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ความเป็นมา เอกลักษณ์การผลิตแบบดั้งเดิม รวมทั้งคุณค่าของหมูย่างเมืองตรังที่มากกว่าการซื้อหมูย่างเพื่อเป็นของฝาก แต่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชาวตรังได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะทำให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม และสามารถเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ได้มากขึ้น และยังสามารถเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างในจังหวัดตรัง
2. เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง
3. เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม โดยใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง เดือนมิถุนายน - เดือนพฤศจิกายน 2563

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยทราบจำนวนประชากรที่มีจำนวนไม่มากนัก สามารถสุ่มได้อย่างเท่าเทียมกันตามโอกาสความน่าจะเป็น ใช้สูตรของ Roscoe (1975) จำนวน 400 คน

เครื่องมือ ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) แสดงผลการวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2 ประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดตรัง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้วิจัยคัดเลือกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวและกำหนดคุณสมบัติเป็นผู้มีความรู้ ประสบการณ์จริงในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ปี หรือมีประสบการณ์การผลิตหมูย่างเมืองตรัง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาตรัง หอการค้าตรัง สำนักงานวัฒนธรรม นักวิชาการ ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการหมูย่างที่ขึ้นทะเบียนขอใช้ตราสัญลักษณ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หมูย่างเมืองตรัง (GI) จำนวน 40 คน

เครื่องมือ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพการณ์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง แนวทางการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ SWOT วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และสังเคราะห์ข้อมูล จัดกลุ่มเนื้อหาหลักที่มีความหมายสอดคล้องใกล้เคียงกันนำเสนอในลักษณะพรรณนาแล้วนำมาสรุปในภาพรวม

ทั้งนี้ ส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเช่นเดียวกับการศึกษาในขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นการประเมินความเหมาะสมหลังจากเสร็จสิ้นการทดลองเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่จริง

ประชากร คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ชุมชน และ นักวิชาการ ที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดตรัง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) กำหนดคุณสมบัติเป็นผู้มีความรู้ ประสบการณ์และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา หอการค้าตรัง สำนักงานวัฒนธรรมตรัง บริษัทนำเที่ยว ผู้นำชุมชน นักวิชาการ จำนวน 20 คน

เครื่องมือ ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) แสดงผลการวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาที่ใช้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60–1.00 และดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหาข้อ และ นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 คน ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Analysis) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.976

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง สรุปผล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.00 มีอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 34.75 สถานภาพสมรส ร้อยละ 52.50 ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 52.50 มีรายได้ 15,001–20,000 บาท ร้อยละ 24.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ร้อยละ 68.25 เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 62.00 เดินทางกับครอบครัว ร้อยละ 51.50 ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 75.00 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรังแบบไปเช้า-กลับเย็น ร้อยละ 81.25 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 4,001–5,000 บาท ร้อยละ 25.75 คิดเห็นว่าจังหวัดตรังมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น นักท่องเที่ยวต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ขึ้นขอบหมูย่างเมืองตรังเพราะมีรสชาติอร่อยกลมกล่อม และรับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์

ทั้งนี้กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าร่วม คือ 1) เลือกซื้อหมุ่อย่างต้ง 2) ชิมหมุ่อย่างหน้าเตา 3) ชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 4) ชมแหล่งผลิตหมุ่อย่าง และ 5) ร่วมประกอบอาหารหรือขนมที่มีวัตถุดิบจากหมุ่อย่างตามลำดับ และพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่อย่างเมืองตรังบนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ความพร้อมของนักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมได้ รองลงมา คือ 2) เป้าหมายในการท่องเที่ยวโดยมีความชื่นชอบอาหารหมุ่อย่างต้ง 3) ผลลัพธ์ที่จะตามมาและปฏิกิริยาที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวประทับใจหลังจบทริปการท่องเที่ยว 4) การตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยได้ทำกิจกรรมตามที่ตนเองตัดสินใจเลือกสรร 5) การสื่อสารและการแสดงออกโดยกิจกรรมที่ร่วมทำนั้นตอบสนองความต้องการของตนเอง และ 6) สถานการณ์ภาวะแวดล้อมโดยนักท่องเที่ยวสามารถเป็นผู้ตามที่ดีในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ และด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย รองลงมา คือ 2) การบริการการท่องเที่ยวโดยมีการตระหนักถึงสำคัญของนักท่องเที่ยว 3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมการกินและรสชาติหมุ่อย่างอย่างแท้จริง 4) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเยี่ยมชมแหล่งผลิตและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับอาหารหมุ่อย่างต้ง และ 5) การตลาดการท่องเที่ยวที่สามารถให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ โดยมีข้อเสนอแนะ คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวต้องมีอัตลักษณ์ความเป็นพื้นถิ่นของต้ง นำเสนอธรรมชาติ วัฒนธรรม การแสดงวิถีชีวิต อาหารพื้นบ้าน และการละเล่นพื้นถิ่น เป็นต้น หรือจัดกิจกรรม One day eat ชิมอาหารในเส้นทางท่องเที่ยว นำเที่ยวชุมชนโบราณที่มีคนรุ่นเก่าหรือลูกหลานเล่าเรื่องประวัติความเป็นมาของหมุ่อย่าง เรียนรู้วัฒนธรรมการกินของชาวต้ง จัดทำเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมไทย-จีน ชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์โดยนั่งรถตุ๊กตุ๊กหวับเยี่ยมชมรอบบริเวณเมืองต้ง ทั้งนี้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสการท่องเที่ยวตามธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ จัดสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากกว่าเดิม และบริการรถสาธารณะที่ต้องมีความปลอดภัยควบคู่ด้วย

2. ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่อย่างต้ง สรุปผล ดังนี้

ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ในอดีตถึงปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่อย่างต้ง รวม 6 อำเภอ ประกอบด้วย

อำเภอ	สถานที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่อย่างต้ง
1. เมือง	ศาลเจ้าท่ามก้งเยี่ย ศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย ชุมชนท่าจีน พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี
2. นาโยง	ชุมชนนาหมื่นศรี
3. ย่านตาขาว	โบราณสถานบ้านคีรีรัตน์
4. ปะเหลียน	พิพิธภัณฑ์เต่าถ่าน
5. กันตัง	สถานีรถไฟกันตัง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน
6. ห้วยยอด	บ้านขนมตำบลาภูรา ศาลเจ้าเต้าบ๊อง (แม่กว่นอิม) ศาลเจ้ากิวอ่องไต่เต่ ศาลเจ้าตัวเปะกง สถานีรถไฟห้วยยอด และเหมืองแร่มรกต

โดยในภาพรวมพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้านตราง อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รองลงมา คือ องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก และ องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการจัดการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และด้านการจัดการท่องเที่ยว ตามลำดับ เมื่อจำแนกศักยภาพของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด คือ 1) สถานีรถไฟกันตัง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ 2) พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี อยู่ในระดับมากที่สุด 3) สถานีรถไฟห้วยยอด อยู่ในระดับมาก 4) ชุมชนนาหมื่นศรี อยู่ในระดับมาก 5) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน อยู่ในระดับมาก 6) ศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย อยู่ในระดับมาก 7) ศาลเจ้าเต้าบ๊อง (แม่กวณอิม) อยู่ในระดับมาก 8) ศาลเจ้าตัวเป้งกง อยู่ในระดับมาก 9) พิพิธภัณฑ์เตาถ่าน อยู่ในระดับมาก 10) โบราณสถานบ้านคีรีรัตน์ อยู่ในระดับมาก 11) ศาลเจ้าท่ามกงเอี้ย อยู่ในระดับมาก 12) บ้านขนมตำบลาลำกูรา อยู่ในระดับมาก 13) เหมืองแร่เหมืองมรกต 14) ศาลเจ้ากิวอ่องไต่เต๋ อยู่ในระดับปานกลาง และ 15) แม่น้ำชุมชนท่าจีน อยู่ในระดับปานกลาง

จากการวิเคราะห์สภาพการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมู่บ้านตราง พบว่า

จุดแข็ง หมู่บ้านเป็นสินค้าหรืออาหารที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีเอกลักษณ์ต้นตำรับดั้งเดิมกับวัฒนธรรมในอดีตที่นำไปร่วมในทุกเทศกาลงานประเพณีและงานพิธีการต่าง ๆ หมู่บ้านมีหนังที่กรอบ เนื้อนุ่ม และมีคุณภาพดีมีกระบวนการผลิตแบบเฉพาะ ทั้งการหมัก การย่างแบบใช้เตาดินที่ย่างทั้งตัว ทำให้มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่นและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย ปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถแวะซื้อหมู่บ้านเป็นของฝากหรือบริโภคที่สะดวกเข้าถึงง่ายกว่าในอดีต มีการจัดตั้ง “ชมรมผู้ประกอบการหมู่บ้านเมืองตราง” เพื่อร่วมวางแผน ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจในการดำเนินกิจการหมู่บ้าน

จุดอ่อน พบว่า ในอดีตเป็นอาหารจานหลักแต่ปัจจุบันกลายเป็นอาหารจานรองที่ทานคู่กับติ่มซำ เมืองตราง มีช่วงอายุที่สั้นในการเก็บรักษาให้คงเดิม ผู้ประกอบการบางรายดัดแปลงสูตรหมัก กรรมวิธี วัตถุดิบ เพื่อลดต้นทุนการผลิตจึงมีรสชาติคุณภาพที่แตกต่างกัน ไม่สามารถทราบได้ชัดเจนว่ารสชาติดั้งเดิมเป็นแบบใด ในบางสถานที่การผลิตยังขาดระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าชมการผลิตได้ และในช่วงเวลาการผลิตไม่เอื้อแก่การเข้าชมเนื่องจากจะยุ่งเหยิงในเวลาเที่ยงคืนเป็นต้นไป ประมาณ 3-4 ชั่วโมง อีกทั้งสถานที่จำหน่ายยังไม่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ปัจจุบันผู้บริโภคจะเน้นสุขภาพมากขึ้นอาจจะมีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเล็กหรือกลุ่มเฉพาะ (สายกิน) ข้อมูลร้านจำหน่ายหมู่บ้านที่เป็นของฝากยังคงมีค่อนข้างน้อยและไม่สามารถชี้เฉพาะได้ว่าเป็นร้านที่จำหน่ายหมู่บ้านสูตรดั้งเดิมอย่างแท้จริง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและไม่มีรูปแบบการจำหน่ายที่หลากหลาย

โอกาส พบว่า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนส่งเสริมสนับสนุน จัดงาน “เทศกาลหมู่บ้านเมืองตราง” เป็นประจำทุกปี อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลัง Covid-19 จะเปลี่ยนไปท่องเที่ยวแบบกลุ่มเล็กและนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ต้องการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประเทศไทยจัดให้มีโครงการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงพัฒนาเทคโนโลยีสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในยุค

ปัจจุบันทำให้ง่ายต่อการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดอย่างทั่วถึง

อุปสรรค พบว่า ปัจจุบันมีการสร้างถนนสายหลักที่ไม่ผ่านตัวเมืองเก่าจึงทำให้การเชื่อมโยงเส้นทางของเมืองเก่าเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากพื้นที่สำคัญในอดีตส่วนใหญ่จะอยู่ในตัวเมืองของอำเภอ ความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเมืองไทยมีผลให้ประชาชนไม่มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ ขาดความปลอดภัยในชีวิตอาจจะไม่เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเท่าใดนัก (กลุ่มคนระดับล่าง) ขาดความร่วมมือและความพร้อมในการร่วมกันของกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างจริงจัง ผู้ประกอบการรุ่นเก่าขาดความเข้าใจและปรับตัวตามเทรนด์ปัจจุบัน รวมถึงวิธีการพัฒนาให้หมู่บ้านเป็นผลิตภัณฑ์สู่สากลและมีการขนส่งแบบ AI ในภาคธุรกิจ

สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างทรง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในจังหวัดตรังเพื่อชิมอาหารท้องถิ่น แต่เนื่องจากความพร้อมของจังหวัดไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ดังนั้น การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรัง จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจหมูย่างไปในทิศทางที่ดีขึ้น ถือเป็นโอกาสที่ทำให้สามารถเพิ่มฐานลูกค้าได้ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือกลุ่มที่สนใจมาศึกษาดูงานเยี่ยมชมมากขึ้น และก่อให้เกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชน แต่ทั้งนี้ควรคำนึงถึงกระแสการท่องเที่ยวที่เน้นอาหารเพื่อสุขภาพ ทานหมูย่างอย่างไรไม่ให้อ้วน แนวโน้มสามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ แต่ไม่เจาะจงเส้นทางท่องเที่ยวอาหารหมูย่างเพียงอย่างเดียว ควรร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บริษัทนำเที่ยว เพื่อนำเส้นทางท่องเที่ยวมาส่งเสริมการขาย

แนวทางการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างทรงเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า สามารถจัดเส้นทางทั้งแบบค้างคืนหรือเที่ยววันเดียว ต้องการให้เป็นเส้นทางเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น ควรมีความหมายที่สามารถใช้ได้เฉพาะถิ่นซึ่งเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับบริบทท้องถิ่นได้ เน้นการนำเสนอขายแบบ On line และ Off line แต่คำนึงถึงการขายส่งไปต่างจังหวัดที่มีการคงไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้า การทำเส้นทางท่องเที่ยวหมูย่างควรมีความโดดเด่นกว่าสถานที่ท่องเที่ยว จัดทำคลิปวิดีโอสื่อด้วยภาพประวัติความเป็นมา ระยะเวลา จุดแวะชม ตำแหน่งที่ตั้ง เปลี่ยนพฤติกรรมกรการขาย โดยสอบถามผู้ประกอบการถึงความพร้อมในการให้นักท่องเที่ยวเข้าชมการผลิตหมูย่าง ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต้องไม่สูงเกินไป ควรเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเมืองเก่า รวมทั้งความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว

3. สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างทรงเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สรุปผล ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับและมีความเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมมรดกอาหารหมูย่างทรง จำนวน 15 แหล่ง ผู้วิจัยได้ทำการคัดกรองเบื้องต้น คือ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอย่านตาขาว และอำเภอนาโยง เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ศักยภาพด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก ศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านการจัดการอนุรักษ์แหล่ง

ท่องเที่ยว และด้านการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงการเชื่อมโยงเส้นทางที่มีความต่อเนื่องกัน ความเหมาะสมด้านระยะเวลาของการเดินทางสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับ และมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมรดกอาหารหมูอย่างตรง ได้แก่ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หมูอย่าง กิจกรรมชิมหมูอย่างหน้าเตา ชมแหล่งผลิตหมูอย่าง และร่วมทำอาหารที่มีวัตถุดิบจากหมูอย่าง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ถูกบรรจุไว้ในเส้นทางท่องเที่ยว โดยในเส้นทางนี้นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมมรดกอาหารวิถีชีวิตของชาวจีน ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวแสดงถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์มรดกอาหารได้เป็นอย่างดี รวมถึงได้ทดลองเส้นทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับตัวแทนภาครัฐ เอกชน นักเทศก์ นักวิชาการ นักท่องเที่ยว และชุมชน ทั้งนี้ได้นำผลจากการทดลองเส้นทางมาปรับปรุง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเส้นทางในลักษณะวงจรบรรจบ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ที่มีกิจกรรมของชุมชนร่วมด้วย เกิดความเพลิดเพลินตลอดเส้นทางโดยไม่ต้องย้อนกลับไปยังเส้นทางเดิมอีก ชื่อว่า **“มนต์เสน่ห์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำนานหมูอย่างเมืองตรัง”** เส้นทางท่องเที่ยวแบบ One day trip มีลักษณะการจัดเส้นทางแบบทางเดียว เริ่มต้นจากร้านอาหารเช้าติ่มซำ ชุมชนท่าจีน ศาลเจ้าท่ามกงเยี่ย อาคารสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ชุมชนวิสาหกิจผ้าทอนาหมื่นศรี ชุมชนหมูอย่างปายาง บ้านตระกูลศิริรัตน์ และซื้อของฝากหมูอย่างตรัง ณ โรงงานเตาหมูอย่าง



ภาพที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมรดกอาหารหมูอย่างเมืองตรัง

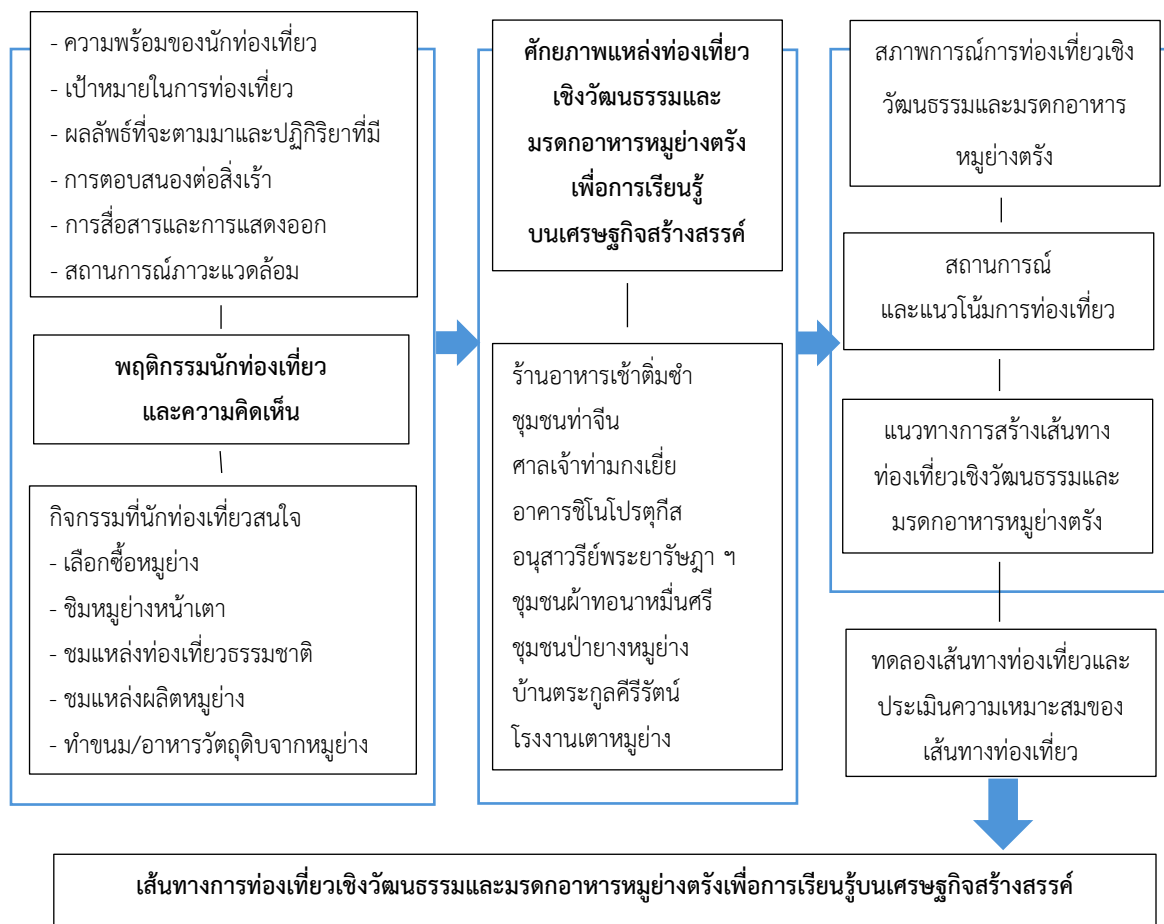
การประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูอย่างตรัง เพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังแสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงระดับความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูอย่างเมืองตรัง เพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูอย่างเมืองตรัง	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
สภาพภูมิทัศน์ของเส้นทางท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.20	.894	มาก
การอนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น	4.47	.509	มากที่สุด
การต้อนรับของผู้คนในท้องถิ่นและผู้ให้บริการ	4.40	.509	มากที่สุด
ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.17	.592	มาก

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างเมืองตรัง	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
ป้ายบอกทิศทางและระยะทางชัดเจนมองเห็นได้ง่าย	4.09	.759	มาก
ป้ายสื่อความหมายตลอดเส้นทางมีความชัดเจน	4.07	.691	มาก
สถานที่จอดรถมีเพียงพอ สะดวก และปลอดภัย	4.10	.662	มาก
การดูแลรักษาความสะอาดบริเวณภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.13	.819	มาก
การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.15	.874	มาก
กิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิต	4.22	.504	มากที่สุด
ระยะเวลาในการเที่ยวชมตลอดเส้นทางท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.18	.961	มาก
เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างเมืองตรัง	4.19	.675	มาก
รวม	4.19	.340	มาก

จากตารางที่ 1 ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างเมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก คือ 1) การอนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น 2) การต้อนรับของผู้คนในท้องถิ่นและผู้ให้บริการ 3) กิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิต อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ซึ่งเส้นทางท่องเที่ยวนี้มีความน่าสนใจเนื่องจากเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่ยังไม่มีมาก่อนควรต่อยอดโครงการนี้เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้จริง โดยสามารถสังเคราะห์ผลการวิจัยเชื่อมโยง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การสังเคราะห์ผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก โดยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของนักท่องเที่ยว เป้าหมายในการท่องเที่ยว ผลลัพธ์ที่จะตามมาและปฏิภานที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ การตอบสนองต่อสิ่งเร้า การสื่อสารและการแสดงออก และสถานการณ์ภาวะแวดล้อม ตามลำดับ และด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก คือ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยว และการตลาดการท่องเที่ยว ตามลำดับ สอดคล้องกับ Dickman (1996); Maddock (2000, p. 208) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นพื้นฐานการบริการที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง และงานวิจัยของอัญชลี สมใจ และ พันธุ์วิ ญ ลำพูน (2563) กล่าวว่า มีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กิจกรรมที่ส่วนใหญ่จะเป็นการไหว้พระและทำบุญ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด โดยเฉพาะมีความต้องการความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และมีความต้องการที่พักในแหล่งท่องเที่ยว น้อยที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของวงศ์ปัญญา นวนแก้ว และคณะ (2562) มีระดับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสกสรรค์ สนวา และคณะ (2563) วิถีชีวิตของคนในชุมชนกับการมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และบทบาทของคนในชุมชนต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในบริบทสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และพร้อมที่จะเดินทางกับมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

2. ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง ในภาพรวมพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และองค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง พบว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด สอดคล้องกับทิพวัลย์ รามรัง และ ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง (2564) กล่าวว่า จังหวัดตรังเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากเป็นเมืองชายฝั่ง มีธุรกิจร้านอาหารเกิดขึ้นมากมายและจังหวัดตรังเป็นเมืองรองไม่ได้มีการแข่งขันสูงมากนัก จึงทำให้โอกาสมีมากในการใช้อาหารท้องถิ่นดึงดูดนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีอาหารดั้งเดิมเป็นที่รู้จักโดยเฉพาะหมูย่างเมืองตรัง

3. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมซึ่งสามารถนำมาเชื่อมโยงก่อให้เกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ชื่อ “มนต์เสน่ห์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำนานหมูย่างเมืองตรัง” มีลักษณะการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบทางเดียว ประกอบด้วย ร้านอาหารเข้าดื่มชาเมืองตรัง – ชุมชนท่าจีน – ศาลเจ้าท่ามกงเยี่ย – อาคารสถาปัตยกรรมชิโนโปตุเกส – อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี – ชุมชนวิสาหกิจผ้าทอนาหมื่นศรี – ชุมชนปายาง – บ้านตระกูลศิริรัตน์ - โรงงานเตาอย่างหมู ทั้งนี้จากการประเมินเส้นทางดังกล่าวพบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับป้ายบอกทิศทาง ป้ายสื่อความหมาย และระยะทาง มีความชัดเจนอยู่ในระยะ

สายตาที่มองเห็นได้ง่าย/สถานที่จอดรถภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอ สะดวกและปลอดภัย และการดูแลรักษาความสะอาดบริเวณภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอแนะว่า ควรเน้นที่จุดขาย "ตามรอยหมูย่างตรัง" บางพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้การรับชมผ่านคลิปวิดีโอแทนการแวะชมได้ เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและเพิ่มประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวโดยนำเสนอกิจกรรมการทำอาหาร เช่น การทำขนมจีบต้มยำ (อาหารเช้าพื้นเมือง) หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้มากขึ้น สอดคล้องกับ Abdelhamied (2011) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอาหารจะต้องเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยใช้กิจกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากที่สุด เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว และมีข้อเสนอเพิ่มเติม แต่ทั้งนี้ต้องมีกิจกรรมที่สามารถสร้างจุดดึงดูด มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มเพศวัย และต้องมีเทคโนโลยีการสืบค้น (Application) เส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วและชัดเจน สอดคล้องกับทิพวัลย์ รามรัง และ ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง (2564) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มามีลองอาหารเมืองตรังอาจเกิดการบอกต่อหรือแบ่งปันประสบการณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ และในจังหวัดพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว พักผ่อน เดินทางมากับครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัวแบบไปเช้ากลับเย็น โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดตรังมีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ชื่นชอบหมูย่างเมืองตรัง เพราะมีรสชาติอร่อยกลมกล่อม ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดตรังต้องการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งการเยี่ยมชมแหล่งผลิตหมูย่าง ชิมหมูย่าง ร่วมผลิตอาหารที่มีวัตถุดิบจากหมูย่าง และซื้อหมูย่างเป็นของฝาก อีกทั้งนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบมีเป้าหมายในการเดินทาง และมีความคิดเห็นว่าจังหวัดตรังมีความพร้อมในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวที่ต้องมีอัตลักษณ์ความเป็นพื้นถิ่นของตรัง นำเสนอทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม ชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงนำมาสู่การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ชื่อว่า “มนต์เสน่ห์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดำเนินหมูย่างเมืองตรัง” ถือเป็นเส้นทางท่องเที่ยวอีกหนึ่งทางเลือก โดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นวัฒนธรรมอาหารหมูย่างที่ยังคงมีอยู่ให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและชื่นชอบได้เดินทางมาเปิดประสบการณ์ที่ดี เรียนรู้สัมผัสวิถีชีวิต ร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์กับชุมชน ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่เป็นการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตรัง สามารถนำผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริม ปรับปรุง พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อให้อาณาจักรรองรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และเพื่อสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้จุดเด่นเรื่อง

อาหารเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของจังหวัดตรัง ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในชุมชน

2. กลุ่มผู้ประกอบการอาหารหมุ่ยย่างเมืองตรัง สามารถนำผลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไปพัฒนาต่อยอดให้เกิดมูลค่าสร้างอาชีพและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน โดยปรับปรุงหมุ่ยย่างเมืองตรังและกิจกรรมการแปรรูปจากหมุ่ยย่างให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป อีกทั้งจะทำให้คนในชุมชนตระหนักห่วงแหนในคุณค่าของทรัพยากรที่ยังคงมีอยู่ และช่วยกันอนุรักษ์ให้ทรัพยากรยังคงอยู่จากรุ่นสู่รุ่น

3. นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับหมุ่ยย่างเมืองตรัง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากสื่อแอปพลิเคชันเพื่อใช้ประกอบการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว และสามารถเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างในจังหวัดตรังที่เชื่อมโยงทุกมิติ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างตรัง เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และนำผลที่ได้มาปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดตรังผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น การทำการตลาดออนไลน์ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ที่สนับสนุนงบประมาณการวิจัยชุดโครงการภายใต้กรอบงานวิจัย ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยสวนดุสิต และข้อมูลจากโครงการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกหมุ่ยย่างเมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2549). *ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทาง*

ภูมิศาสตร์หมุ่ยย่างเมืองตรัง. นนทบุรี: กระทรวงพาณิชย์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *ข่าวกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว*. สืบค้น 2563, ตุลาคม 9,

จาก <https://www.tat.or.th/th/news>

กันยาวิ หัวเขา. (2563). *ประธานชมรมหมุ่ยย่างตรัง*. *สัมภาษณ์*. 5 มิถุนายน 2563.

ทิพวัลย์ รามรัง และชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2564). ศักยภาพอาหารท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 47(2), 59-74.

- พรรณิ สวนเพลง, เบญจพร ดามาพงศ์, จิราณัฐ โสภา, ลฎาภา พูลโพธิ์ทอง, จารินี ศานติจรรยาพร, ศัชนญาส์ ดวงจันทร์ และวริษฐา แก่นสานสันติ. (2559). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- วงศ์ปัญญา นวนแก้ว, ปรัชญา นวนแก้ว, ณัฐภูมิ พรหมเทียน, ณัฏพล ปานงาม และวันชัย เหมืองหม้อ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารโครงการวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 5(1), 95-103.
- สรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสา โกเศยะโยธิน. (2560). การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย: แนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(2). 184-195.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. สืบค้น 2563, ตุลาคม 9, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=de
- เสกสรรค์ สนาวา, สุพัฒนา ศรีบุตรดี, พงศ์สวัสดิ์ ราชจันทร์ และนภัสสรณ์ ภูตานนท์ ณ มหาสารคาม. (2563). การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามวิถีชีวิตของคนในชุมชน. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(1), 259-276.
- อัญชลี สมใจ และพันธุ์รวี ณ ลำพูน. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโกลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, 15(2), 13-27.
- Abdelhamied, H. (2011). Customers' perceptions of floating restaurants in Egypt. *Anatolia*, 22(1), 1-15.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text* (2nd ed.). Sydney: Hodder Education.
- Roscoe, J.T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- The United Nation World Tourism Organization (UNWTO). (2014). *Tourism Highlight 2014 Edition*. The United Nation World Tourism Organization (UNWTO).
- World Tourism Organization. (2012). *Global report on food tourism*. Madrid: The World Tourism Organization.

ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง
อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

Study of the Guidelines for Developing Community Potential in Kok Muang
Community, Klong Hoi Khong District, Songkhla Province

สุธี เทพสุริวงศ์^{1*} และ กฤษณวรรณ เสวีพงศ์²

Sutee Tapsuriwong^{1*} Krissanawan Saveepong²

^{1,2} วิทยาลัยชุมชนสงขลา 48/1 ตำบลเทพา อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

^{1,2} Songkhla Community College 48/1 Thepha Subdistrict Thepha District, Songkhla Province.

*Corresponding author, e-mail: sutee@sk-cc.ac.th

Received November 11, 2024; Revised March 3, 2025; Accepted March 10, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา และ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านท่องเที่ยวโดยชุมชนโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ การทบทวนวรรณกรรม การจัดเวทีระดมความคิดเห็น การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 คน ได้แก่ กลุ่มผู้นำองค์กรท้องถิ่น สมาชิกองค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลด้วยการเขียนพรรณนาโวหาร ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง มี 3 ด้าน คือ 1.1) ด้านประวัติศาสตร์ ประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อที่น่าสนใจ 1.2) ด้านกลุ่มองค์กรในชุมชน มี 2 ประเภท คือ กลุ่มองค์กรที่มีเกณฑ์มาตรฐานรองรับ และองค์กรที่เตรียมความพร้อมรองรับการพัฒนา และ 1.3) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ วิถีชีวิตในชุมชน และภูมิปัญญาอาหารเด่นของชุมชน 2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชน มีแนวทางการพัฒนา 3 ด้าน คือ 2.1) การพัฒนาศักยภาพด้านท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2.2) การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 2.3) การยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในชุมชน เพราะศักยภาพที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและสร้างรายได้ความอยู่ดีกินดีให้แก่ชุมชนได้

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา, ศักยภาพชุมชน, การท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง

ABSTRACT

This research aimed 1) to examine the potential in the tourism sector of Kok Muang Community, Klong Hoi Khong District, Songkhla Province, and 2) to identify the areas in which the tourism potential can be made into shape for the community. The research was qualitative in nature, including a review of literature, brainstorming forums, group discussions, and in-depth interviews. Thirty key informants altogether, including the local organization leaders, members of the local organizations, and associated government agencies, took part in the investigation. The data were analyzed and presented by descriptive writing. It was found that the community's tourism potential could be divided into three areas: firstly, history, with its long history, fascinating culture, tradition, and beliefs; secondly, community organizations, both those with certified standards and those ready for prompt development; and thirdly, tourist attractions, including natural, cultural, and agricultural locations, as well as local lifestyles and the community's notable food wisdom. The analyses also indicated three areas of development for the community, that is, creative tourism, creative activities and routes, and local product development. The potential can support the development of the community tourism and be a tool for generating more income and improving the well-being of the local people.

KEYWORDS: Development guidelines, Community potential, Khoak Muang community tourism

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับ มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย ความเหลื่อมล้ำที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ เน้นเรื่องรายได้ของประชากรระหว่างเขตชนบทกับเขตเมือง ต่อมายุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศ ได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ที่ผ่านมาประสบความสำเร็จด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องการบูรณาการการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงกัน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่มีน้อย ยังมีปัญหาการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีทักษะการบริการ รวมทั้งองค์ความรู้ที่เป็นปัจจัยสำคัญซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวของไทยบรรลุเป้าหมายได้

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา การปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ ซึ่งจังหวัดสงขลามีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งรูปแบบทะเล ทุ่งนา ป่า

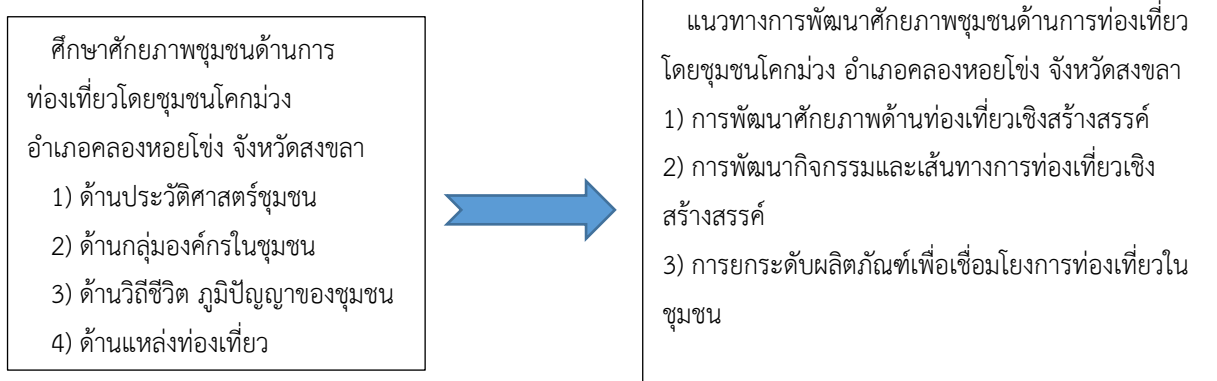
เขา สวนผลไม้ วัดวาอาราม หรือประวัติศาสตร์โบราณคดี และอื่น ๆ อีกมากมาย แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นล้วนมีความคาดหวังในการสร้างรายได้เสริมแก่ชุมชนจากการท่องเที่ยว หลังจากสถานการณ์ของโรคโควิด - 19 ดีขึ้น จนต่อมาได้ยกเลิกมาตรการต่างๆ เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ทำให้มีการเปิดที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม กระทั่งเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ นับเป็นสัญญาณที่ดีต่อการท่องเที่ยว ประกอบกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้มีการเปลี่ยนแปลงไป ทำให้การท่องเที่ยวในชุมชนเริ่มมีทิศทางที่ดีที่จะได้รองรับนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับชุมชนโคกม่วงในอำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา เป็นชุมชนหนึ่งที่มีศักยภาพทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของชุมชน ด้านกลุ่มองค์กรในชุมชน และด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ซึ่งเป็นศักยภาพที่เหมาะสม เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนโคกม่วง โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นอีกทางหนึ่งที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคศาสตร์แห่งชาติ อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อการสนับสนุนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน และสร้างความอยู่ดีกินดีแก่ชุมชนได้ ด้วยการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน (กองการศึกษาเทศบาลตำบลโคกม่วง, ม.ป.ป.)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนโคกม่วง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านท่องเที่ยวโดยชุมชนโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ระเบียบวิธีการวิจัย

วิธีวิจัยในครั้งนี้เป็นลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มโดยใช้ความสะดวกและวิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 30 คน จากกลุ่มที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ ได้แก่ ผู้นำองค์กรท้องถิ่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลโคกม่วง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงตายาย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผัสดองแปลงใหญ่ตำบลโคกม่วง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนแต่แรกตำบลโคกม่วง และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านการรวบรวมข้อมูลตามประเด็นต่างๆ ผ่านการดำเนินกิจกรรมโดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดเวทีประชาคมระดมความคิดเห็น และการสนทนากลุ่ม จากแต่ละกลุ่ม จำนวน 3 ครั้ง ะละ 10 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ และเรียบเรียงข้อมูลด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชน และความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และนำเสนอข้อมูลด้วยการเขียนพรรณนาโวหาร

ผลการวิจัย

1. การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา พบว่ามี 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านประวัติศาสตร์ชุมชน ศักยภาพด้านกลุ่มองค์กรในชุมชน และศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 ศักยภาพด้านประวัติศาสตร์ชุมชน

การศึกษาข้อมูลศักยภาพชุมชนด้านประวัติศาสตร์ชุมชน ประกอบด้วย ข้อมูลด้านสภาพทั่วไป ข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชน และข้อมูลวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อในตำบลโคกม่วง มีดังนี้

1.1 สภาพทั่วไปของตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

ตำบลโคกม่วง เป็นตำบลในอำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา ปัจจุบันมีประชากร 7,625 คน และแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 9 หมู่บ้าน มีเนื้อที่ประมาณ 38.40 ตารางกิโลเมตร หรือ 24,000 ไร่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของที่ว่าการอำเภอคลองหอยโข่ง เป็นระยะทางประมาณ 3.5 กิโลเมตร เป็นพื้นที่ราบลุ่ม เหมาะแก่การประกอบอาชีพเกษตร เป็นที่ตั้งของสหกรณ์การเกษตรอำเภอคลองหอยโข่ง มีกลุ่มอนุรักษ์ป่าสถานธรรมถ้ำเขาวังชิง ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่ลุกขึ้นมาอนุรักษ์ทรัพยากรของชาติ ภูเขา ถ้ำ ป่าไม้ สัตว์ป่า และพืชพรรณ



ภาพที่ 2 แผนที่ตำบลโคกม่วง

อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

1.2 ประวัติความเป็นมาของตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

ความเป็นมาของตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา สามารถสรุปเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่สำคัญของตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้



ภาพที่ 3 ไทม์ไลน์ของประวัติความเป็นมาของตำบลโคกม่วง

ปี พ.ศ. 2310 ปลายกรุงศรีอยุธยา ได้ปรากฏหลักฐานการก่อสร้างวัดโคกกอขึ้นเป็นวัดแรกในพื้นที่ของคลองหอยโข่ง เนื่องด้วยมีผู้คนได้มาตั้งถิ่นฐานทำมาหากินในบริเวณพื้นที่แห่งนี้ ต่อมาเอกสารทางประวัติศาสตร์ได้กล่าวถึงสถานที่สำคัญของพื้นที่เกี่ยวกับอาณาเขตของเมืองสงขลา ความว่า ในสมัยกรุงธนบุรี (พ.ศ. 2312-2325) สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้แต่งตั้งยกฐานะ จันทเยอียง แซ่เฮ้า ชาวจีนฮกเกี้ยนจากนายอากรรังนก ขึ้นเป็นเจ้าเมืองสงขลนามว่า หลวงอินทรีสมบัติ (ต้นตระกูล ณ สงขลา) ให้ปกครองเมืองสงขลาในฐานะเป็นเมืองตรีอยู่ภายใต้การดูแลของเมืองนครศรีธรรมราช มีอาณาเขต ประกอบด้วย แขวง 14 แขวง ได้แก่ แขวงวังชิง(โคกม่วงในปัจจุบัน) พะตง การำ รัตภูมิ พะวง สทิงพระ พะโคะ ระโนด กำแพงเพชร พะเกิด ที่เมือง ที่วัง ที่คลัง ที่นา

ปี พ.ศ. 2379 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้โปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้พระยาวิเชียรคีรี (เถี้ยนเส้ง ณ สงขลา) เป็นผู้สำเร็จราชการเมืองสงขลา และในปี พ.ศ. 2381 ได้เกิดเหตุการณ์ ตวนกูมัตสาอัด หลานพระยาไกรที่หนีไปอยู่เกาะหมาก (เมืองปีนัง) ได้ขอร้องผู้คนจำนวนมากยกมาตีเมืองไทรบุรี (รัฐเคดาห์) ได้ พระยาไทรบุรีบุตรของพระยานครฯ ได้อพยพหลบหนีเข้ามาที่ทุ่งหาดใหญ่ แขวงเมืองสงขลา พระสุนทรบุรีรัชได้แต่งตั้งให้ขุนต่างตา ขุนหมื่นมีชื่อ คุณเอาไพร่พลห้าร้อยคนไปตั้งค่ายมั่นรักษาเขตแดนเมืองสงขลาในที่พะตง ในที่การำ (คลองรำ) ในปัจจุบันได้ซื้อบ้านนามเมือง คือ บ้านจอมหรี

ปี พ.ศ. 2415 มีการสร้างวัดโคกม่วงครั้งแรกได้สร้างในตำบลทุ่งลาน ต่อมาเกิดอุทกภัยน้ำท่วมอย่างหนัก ทั้งชาวบ้านและวัดก็พากันอพยพโยกย้ายมาตั้งในพื้นที่ปัจจุบันของวัดโคกม่วง ตำบลโคกม่วง ในอดีตการทำพิธีอุปสมบทและการทำสังฆกรรม ใช้โบสถ์ที่เป็นศาลากลางน้ำเรียกว่า วังต้นแซะ เมื่อจำนวนผู้คนเพิ่มมากขึ้น ได้ขยายพื้นที่ทำมาหากินออกไปอีก ในปี พ.ศ. 2429 ได้มีการสร้างวัดปลักคล้ายขึ้นในพื้นที่ตำบลทุ่งลาน ต่อมาได้เกิดโรคระบาดอย่างหนัก ทั้งชาวบ้านและวัดก็พากันอพยพโยกย้ายมาตั้งในพื้นที่บ้านพรุเตาะ ตำบลโคกม่วงในปัจจุบัน

ปี พ.ศ. 2440 ได้มีการปฏิรูปการปกครองยกเลิกการปกครองที่แบ่งเป็น แขวงเมืองสงขลา ถูกแบ่งออกเป็น 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอกกลาง (อำเภอเมือง) อำเภอปละท่า (อำเภอสทิงพระ) อำเภอจะนะ อำเภอเทพา และอำเภอฝ่ายเหนือ (อำเภอหาดใหญ่) และเริ่มมีการสร้างทางรถไฟสายใต้ และปี พ.ศ. 2442 ได้มีการสร้างวัดโคกหรียิ่งขึ้น

ปี พ.ศ. 2460 อำเภอฟายเหนือ ได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอหาดใหญ่ มีตำบลทุ่งลานกับตำบลคลองหอยโข่งขึ้นกับการปกครองท้องที่ของอำเภอหาดใหญ่ ต่อมาได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2530 ตั้งตำบลโคกม่วงโดยให้แยกมาจากตำบลทุ่งลาน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ต่อมาได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 22 เมษายน 2535 ตั้งกิ่งอำเภอคลองหอยโข่ง และได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 26 กันยายน 2540 ยกฐานะเป็นอำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา ดูแลรับผิดชอบการปกครองท้องที่แบ่งเป็น 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลคลองหอยโข่ง ตำบลโคกม่วง ตำบลทุ่งลาน และตำบลคลองหลา

1.3 วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อในตำบลโคกม่วง ชุมชนโคกม่วงมีความเชื่อเกี่ยวกับทวดเขาวังชิงมาช้านาน มีประเพณีขึ้นเขาวังชิงเพื่อสักการะทวดเขาวังชิง ในวันแรม 15 ค่ำ เดือน 5 ขึ้นในทุกปี ระยะเวลาหลังเริ่มหว่านหาลง จึงได้มีการฟื้นฟูและจัดกิจกรรมยิ่งใหญ่ขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2565 ซึ่งตรงกับวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2565 ความเชื่อเกี่ยวกับทวดเขาวังชิง เช่น มีการบนบานศาลกล่าวขอให้หายจากโรคภัยไข้เจ็บ ของหายให้หาย เจอ การคัดเลือกทหาร การสอบเข้ารับราชการ เป็นต้น หลายคนประสบความสำเร็จได้ตั้งใจ ก็จะทำสิ่งของมาแก้บน เป็นอาหารการกิน เช่น ขนม หมู เห็ด เป็ด ไก่ เป็นต้น มีศิลปะการแสดง เช่น มโนราห์ หนังตะลุง เป็นต้น มีสิ่งของเครื่องใช้ เช่น เสื้อผ้า ช้อน ชาม แก้ว เป็นต้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขอบนบานได้แจ้งกับทวดไว้ว่าจะนำสิ่งใดมาแก้บน ดังกล่าว



ภาพที่ 4 บรรยากาศการขึ้นเขาวังชิงเพื่อแก้บนทวดเขาวังชิง วันแรม 15 ค่ำ เดือน 5

2. ศักยภาพด้านกลุ่มองค์กรในชุมชน

ชุมชนตำบลโคกม่วง เป็นชุมชนที่มีศักยภาพด้านกลุ่มองค์กรในชุมชน เป็นชุมชนที่มีองค์กรเข้มแข็ง ประสบความสำเร็จได้รับรางวัลเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มองค์กรอื่น ๆ ในพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มองค์กรที่มีมาตรฐานรองรับ และองค์กรที่เตรียมความพร้อมรองรับพัฒนา ดังนี้

2.1 กลุ่มองค์กรที่มีมาตรฐานรองรับ

กลุ่มองค์กรที่มีเกณฑ์มาตรฐานรองรับ เป็นกลุ่มองค์กรที่มีความเข้มแข็ง ประสบผลสำเร็จได้รับรางวัลและสามารถเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มองค์กรอื่น ๆ ในพื้นที่ได้ มีดังนี้

2.1.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผึ่งโพรงแปลงใหญ่ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง เกิดจากการที่สมาชิกผู้เลี้ยงผึ่งโพรงรวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผึ่งโพรงแปลงใหญ่ตำบลโคกม่วง มีนายปานเทพ สุวรรณมาลา เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผึ่งโพรงแปลงใหญ่ตำบลโคกม่วง มีสมาชิกกลุ่มจำนวน 52 คน มีรังผึ่งประมาณ 1,000 รัง เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง ก่อตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. 2560 สมาชิกกระจายทั้งอำเภอคลองหอยโข่ง ได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานในหลายด้าน เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการตรวจคุณภาพน้ำผึ่ง การตรวจความชื้นในน้ำผึ่งตามมาตรฐาน (ความชื้นไม่เกินร้อยละ 21) ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ่ง เป็นต้น มีผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เช่น น้ำผึ่ง สบู่ ยาสระผม อาหารสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งได้รับมาตรฐานองค์การอาหารและยา (อย.) โดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้เสียสละที่ดินให้ก่อสร้างอาคารผลิตที่ได้มาตรฐาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผึ่งโพรงแปลงใหญ่ตำบลโคกม่วง มีการแปรรูปน้ำผึ่งในแบรนด์ “ผึ่งวังชิง” มีที่มาจากชื่อเขาวังชิง สินค้าของกลุ่มเป็นการแปรรูปมาจากน้ำผึ่งโพรงในชุมชน ได้แก่ สบู่ น้ำผึ่งสavrส สบู่ น้ำผึ่งกาแฟ และสบู่ น้ำผึ่งขมิ้น มีทั้งสบู่เหลว และสบู่ก้อนหลายผลิตภัณฑ์ รวมถึงน้ำผึ่งขวดใหญ่และขวดเล็ก

2.1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงตายาย ตำบลโคกม่วง เกิดจากการรวมกลุ่มแม่บ้าน ในปี พ.ศ. 2555 มีสมาชิก 25 คน ได้มีการระดมทุนจากสมาชิกมาใช้ในการลงทุนซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต นำโดย นางณัฐธัญดี คงชนะ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงตายายตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง กลุ่มได้จัดทำวิสัยทัศน์ของกลุ่มเพื่อมีแนวทางในการทำงานพัฒนา กลุ่ม คือ “สืบทอดภูมิปัญญา สร้างคุณภาพชีวิต ส่งเสริมชุมชนพัฒนาสู่ความเป็นสากล” และได้สร้างคำขวัญของกลุ่มเพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อนการทำงานของ กลุ่ม คือ “รสอร่อย ดีเด่น เน้นคุณภาพ” จุดเด่นของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องแกงตายาย คือ สะอาด ปลอดภัย และน่ารับประทาน โดยกลุ่มได้นำสูตรเครื่องแกงของป้าตายายมาพัฒนาปรับปรุงใหม่ใส่บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพกพาในการเดินทางได้สะดวกหรือเป็นของฝากให้ญาติมิตร ผลการดำเนินงานกลุ่มได้รับมาตรฐานทั้ง OTOP 5 ดาว และได้รับมาตรฐานจาก อย.(องค์การอาหารและยา) ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องแกงส้ม เครื่องแกงเผ็ด และเครื่องแกงกะทิ กลุ่มเครื่องแกงตายายยังได้รับรางวัลชมเชยระดับประเทศจากองค์การอาหารและยา คือรางวัล อย. คลอลิตี้อวอร์ด ส่วนรายได้ที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจำหน่ายได้ประมาณ 1,000 กิโลกรัมๆ ละ 150 บาท มีรายได้ประมาณเดือนละ 150,000 บาทต่อเดือน

2.2 องค์กรที่เตรียมความพร้อมรองรับการพัฒนา

องค์กรที่เตรียมความพร้อมรองรับการพัฒนา เป็นกลุ่มองค์กรที่มีความพร้อมในการรองรับการพัฒนา หรือรอระยะเวลาให้ประสบความสำเร็จได้ และสามารถเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มองค์กรอื่น ๆ ในพื้นที่ได้ มีดังนี้

2.2.1 วิสาหกิจชุมชนคนแต่แรก (สวนปลักหว่า) ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย พื้นที่นา 2 ไร่ สวนยาง 7 ไร่ มีกิจกรรมการปลูกพืชผัก ได้แก่ การปลูกพืชร่วมยางมีทั้งผักเหียง หมาเกลือ และมีการเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงปลาในสระน้ำที่ขุดขึ้นมาเพื่อใช้ดินในการปรับพื้นที่ การเลี้ยงผึ้งชันโรง เพื่อใช้น้ำผึ้งในการชงกาแฟและการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในครัวเรือนหรือขายสร้างรายได้ การเลี้ยงไก่ไข่เพื่อรับประทานในครัวเรือนสวนปลักหว่า มีนายประวิทย์ อนุชาญ และครอบครัวเป็นผู้นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้งานในสวนเป็นหลัก เริ่มจุดประกายจากสวนยางพารา 7 ไร่ ได้เกิดปัญหาราคายางตกต่ำ จึงได้หาทางออกด้วยการปลูกพืชร่วมยางแล้วได้นำผักเหียงมาปลูกแซมในระหว่างร่องสวนยางพารา ปลูกหมาเกลือเพื่อตัดขายเป็นไม้ประดับตกแต่ง ใช้พื้นที่ทุกตารางนิ้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด และพัฒนาต่อยอดในการเลี้ยงเปิดไข่ การเลี้ยงโคเนื้อ เพื่อใช้มูลมาแปรรูปเป็นแก๊สชีวภาพใช้ทำอาหารในครัวเรือน นอกจากนี้ยังมีการปลูกผักสวนครัว การทำน้ายาซักผ้า เพื่อใช้เองและจำหน่ายเป็นการหารายได้เสริม สวนปลักหว่ายังเป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนของโรงเรียนในพื้นที่ให้ผู้เรียนได้ลงมือทำจริง เรียนรู้ธรรมชาตินำมาใช้ประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ตามรอยในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ทรงสอนไว้ภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงพึ่งพาตัวเองได้ในยามที่บ้านเมืองประสบปัญหาต่าง ๆ

2.2.2 ศูนย์การเรียนรู้สวนปลักคล้า ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 ตำบลโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา คำว่า “ปลักคล้า” มีที่มาจากต้นคล้าที่มีจำนวนมากตามสายคลองรอบวัด บ้านปลักคล้า เป็นที่ราบอยู่ใกล้เทือกเขาวังชิง น้ำที่ไหลผ่านได้พัดพาแร่ธาตุสมบูรณ์มาสะสมอยู่ผืนดินแห่งนี้ ทำให้ข้าวพันธุ์พื้นบ้านที่ปลูกในท้องถื่นตำบลโคกม่วง เช่น ข้าวไทร ข้าวนางหงส์ ได้รับการยกย่องว่าเป็นข้าว พันธุ์ดีที่มีรสชาติอร่อยและให้ผลผลิตที่ดี มีสภาพน้ำที่สมบูรณ์ มีมากเป็นสัตว์ที่บ่งชี้ระบบนิเวศวิทยาที่ดี ไม่มีสารพิษสารเคมีตกค้าง ลำคลองมีป่าสาคร มีคลองไส้ไก่ที่มีน้ำใช้ตลอดทั้งปี เป็นอยู่ข้าวอยู่น้ำของตำบลโคกม่วง หมู่บ้านปลักคล้าซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบอยู่ใกล้เทือกเขาวังชิง น้ำที่ไหลผ่านได้พัดพาเอาแร่ธาตุสารอาหารที่มีประโยชน์ทำให้พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ สวนปลักคล้า มีสมัคร สุวรรณสาม เป็นผู้ดำเนินงานในพื้นที่ 3 ไร่ ทำไร่นาสวนผสม มีพืชปลูกหลายชนิด เช่น มะยมแดง มะม่วงแดง มะพร้าว เสาวรสสีแดง ทุเรียนเสริมรากด้วยต้นนุ่น มีการเลี้ยงผึ้ง และเลี้ยงหมูหลุม ฯลฯ สมัครเป็นคนบ้านปลักคล้าโดยกำเนิด หลังจากเรียนจบสาขาช่างยนต์ ก็ได้เข้าทำงานเป็นมนุษย์เงินเดือนมากกว่าสิบปี กลับมาดูแลพ่อแม่ที่เริ่มมีอายุมากขึ้นทำสวนไม่ไหว จึงได้ลาออกจากการประจำมาเพื่อเป็นเกษตรกรเต็มตัว สมัครยังเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) เป็นแบบอย่างที่ดีของวัยรุ่นคนรุ่นใหม่ที่กำลังคิดกล้าทำ เดินตามบรรพบุรุษที่ใช้ที่ดินแห่งนี้ประโยชน์ทุกตารางนิ้ว

2.2.3 ศูนย์การเรียนรู้แพทย์แผนไทยวัดปลักคล้า ได้เปิดบริการฝึกอบรมและพัฒนาทางด้านแพทย์แผนไทย มีการบริการนวดแผนไทย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตั้งอยู่ในวัดปลักคล้า หมู่ที่ 5 ตำบลโคกม่วง (เขตเทศบาลตำบลโคกม่วง) มีปลักคล้าคลินิกบริการนวดแผนไทย และยาสมุนไพรหลายชนิด เช่น แก้อาการปวดท้องประจำเดือนด้วยแพทย์แผนไทย ได้แก่ 1) การนวด เป็นการกดจุดตามร่างกาย โดยเฉพาะจุดที่

บริเวณด้านหลัง 3 จุดซึ่งจะช่วยรักษาอาการปวดประจำเดือนได้ 2) การประคบ เป็นการใช้น้ำร้อนหรือลูกประคบ ช่วยบรรเทาอาการปวดท้องน้อย ขณะมีประจำเดือนช่วยลดการบีบตัวของมดลูกทำให้รู้สึกผ่อนคลาย 3) ยากำลัง ราชสีห์ เป็นยาบำรุงเลือด บำรุงร่างกายทำให้เลือดลมดี 4) อยู่ในที่อุ่น ๆ หรือ จิบน้ำชาอุ่น ๆ เมื่อมีอาการปวด พยายามหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมที่เย็นหรือหนาวเกินไป ต้องทำตัวให้อุ่นอยู่เสมอ เช่น จิบน้ำชาอุ่น ๆ เป็นต้น

2.2.4 กลุ่มอนุรักษ์ป่าสถานธรรมถ้ำเขาวังชิง เขาวังชิงเป็นภูเขาดินที่ไม่สูงมากนักอยู่ทางทิศใต้ของหมู่บ้านโคกเหียง บ้านโคกสัก บ้านปลักคล้า ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา มีเนินภูเขาทั้งสามภูตามแนวตะวันออก ตะวันตก ด้านทิศตะวันออกของแนวเขานั้นเป็นที่ตั้งของศูนย์เรดาร์ของทหารอากาศ เนินเขาทางทิศตะวันตกเป็นที่ตั้งของถ้ำเขาวังชิง ซึ่งเป็นจุดเดียวที่มีหน้าผาหินสูงชัน มีความเชื่อความศรัทธามายาวนาน เชื่อกันว่าเขาวังชิงมีทวดหลายองค์ เช่น ทวดตาเล่อเท่อ ทวดเพชร เป็นต้น คอยคุ้มครองป้องกันรักษาภัยอันตรายให้ลูกหลานได้อยู่เย็นเป็นสุข ในช่วงวันแรม 15 เดือน 5 ของทุกปี มีประเพณีนำข้าวหลาม (เหนียวหลาม) ไปทำบุญบนเขาโดยชาวบ้านร่วมกับพระสงฆ์ออกเดินทางขึ้นไปบนเขาวังชิง มีกลุ่มอนุรักษ์ป่าสถานธรรมถ้ำเขาวังชิงเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรของชาติ ภูเขา ถ้ำ ป่าไม้ สัตว์ป่า พืชพรรณ ปลูกกระแสดำให้เด็กและเยาวชนรักและหวงแหนทรัพยากรของชาติ มีกิจกรรมสำคัญ เช่น กางเต็นท์บนเขาวังชิง ชมหมอกยามเช้าบนเขาวังชิง มีกิจกรรมบนเขาวังชิงเพื่ออนุรักษ์ป่าบนเขาวังชิง มีสถานที่ปฏิบัติธรรมบนถ้ำเขาวังชิง

3. ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวในตำบลโคกม่วง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีดังนี้

3.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ เขาวังชิง พรุฬ่มช้าง จุดชมวิว และทะเลหมอก มีเขาวังชิงเป็นจุดศูนย์กลาง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามแห่งหนึ่ง ดังนี้

3.1.1 เขาวังชิง จุดชมวิว และทะเลหมอก ปัจจุบันมีการอนุรักษ์ทรัพยากร ภูเขา ถ้ำ ป่าไม้ สัตว์ป่า พืชพรรณ โดยมีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลโคกม่วง ดำเนินการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน มีกิจกรรมสำคัญ เช่น กางเต็นท์บนเขาวังชิง และชมหมอกยามเช้าบนเขาวังชิง



ภาพที่ 5 กิจกรรมบนเขาวังชิง

3.1.2 พรุล้อมช้าง มีพื้นที่อยู่ในหมู่ที่ 3 ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง แต่เดิมมีเรื่องเล่ากันว่า มีผู้ใหญ่บ้านพรหมแก้ว ชื้อช้างพลายมาเลี้ยงโดยให้ “ลุงติด” เป็นคนเลี้ยงช้างได้นำช้างมาเลี้ยงไว้ที่พรุ พรุนี้จึงเรียกว่า “พรุล้อมช้าง” มีลักษณะเป็นที่ราบน้ำท่วมถึงและเป็นป่าพรุซับน้ำเชิงเขาวังชิง บริเวณตัวพรุ มีน้ำขึ้นและตลอดปี รกทึบด้วยหญ้าคมบาง หม้อข้าวหม้อแกงลิง มีไม้เสม็ด ไม้เต็งพรุ ไม้ม่วงกวาง ขึ้นอยู่หนาแน่น ปัจจุบันได้ขุดเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดเล็กเพื่อใช้เป็นประปาหมู่บ้าน ซึ่งใช้กัน 3 หมู่บ้าน คือ บ้านโคกลัก บ้านปลักคล้า และบ้านโคกเหรียญ โดยเทศบาลตำบลโคกม่วงได้ปรับปรุงพัฒนาให้เป็นสวนสาธารณะควบคู่กัน พรุล้อมช้างมีเนื้อที่ทั้งหมด 67 ไร่ 1 งาน 19 ตารางวา เป็นเนื้อที่อ่างเก็บน้ำประมาณ 40 ไร่ ที่เหลือเป็นพื้นที่ใช้สาธารณะประโยชน์ของชุมชน



ภาพที่ 6 ทศนียภาพบริเวณรอบพรุล้อมช้าง

3.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ชุมชนตำบลโคกม่วง มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ วัดโคกเหรียญและพิพิธภัณฑ์ วัดโคกม่วง และรูปปั้นช้างพลายสวัสดิ์ วัดปลักคล้าและพระพุทธรูปดั่งรงค์ และวัดขุนวลรัตนรามและเจดีย์เก้ายอด มีดังนี้

3.2.1 วัดโคกเหรียญและพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านพระอาจารย์ศรี ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 บ้านโคกเหรียญ ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา มีพระครูโสภณคณาภิบาล เป็นเจ้าอาวาสและเป็นเจ้าคณะอำเภอคลองหอยโข่ง เป็นสถานที่เหมาะกับการให้ความรู้แก่นักเรียนนักศึกษาเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านพระอาจารย์ศรี เป็นพิพิธภัณฑ์หนึ่งในความดูแลของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ทางด้านมานุษยวิทยา โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ความรู้ท้องถิ่นของชุมชน และเก็บเครื่องมือประกอบอาชีพคนสมัยโบราณ เก็บอยู่ในอุโบสถหลังเก่าอายุประมาณร้อยกว่าปี ทำให้เด็กและเยาวชนไม่ลืมรากเหง้าของตัวเอง



ภาพที่ 7 วัตถุสิ่งของเครื่องใช้ที่อยู่ในพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านพระอาจารย์ศรี ตั้งอยู่ในวัดโคกเหรียญ



ภาพที่ 8 พิพิธภัณฑ์พระอาจารย์ศรี ได้รวบรวมโบราณวัตถุที่สำคัญของชุมชน

3.2.2 วัดโคกม่วงและรูปปั้นช้างพลายสวัสดิ์ วัดโคกม่วง เป็นวัดราษฎร์ สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 ตำบลโคกม่วงเป็นวัดเก่าแก่แห่งหนึ่งในตำบลโคกม่วงที่มีประวัติตำนานยาวนานมาก ปัจจุบันเป็นรูปปั้นช้างพลายสวัสดิ์อันเป็นที่เคารพและศรัทธา ซึ่งชาวตำบลโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง ให้อธิษฐานและบวงสรวงเป็นประจำทุกปี วัดโคกม่วงยังมีอุโบสถเรือนไม้ยกพื้นหลังเก่าแก่ที่อนุรักษ์ไว้ให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ มีรูปปั้นช้างพลายสวัสดิ์ เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัดที่ชาวตำบลโคกม่วงให้การเคารพ เป็นช้างคู่บารมีของท่านเจ้าอาวาสวัดโคกม่วง รูปปั้นช้างพลายสวัสดิ์เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่พี่น้องชาวโคกม่วงเคารพบูชา มีประเพณีให้อธิษฐานบวงสรวงสักการะเป็นประจำทุกปี รวมทั้งมีความเชื่อเกี่ยวกับการขอพรให้ประสบผลสำเร็จหลายประการ เช่น การสอบบรรจุรับราชการ การทำมาค้าขาย บอนบานด้วยอ้อย กล้วยยกเครือ ผลไม้ต่าง ๆ ข้าวโพดและสับปะรด เมื่อได้สิ่งสมหวังตั้งใจ

3.2.3 วัดปลักคล้าและพระพุทธรูปทองคำ วัดปลักคล้าตั้งอยู่หมู่ที่ 5 บ้านปลักคล้า ตำบลโคกม่วง (เขตเทศบาลตำบลโคกม่วง) ถนนสายทางหลวงแผ่นดิน 4043 สายบาโรย-บ้านเขาวังชิง-ปลักคล้า ถนนเลียบเมืองอยู่ริมถนนองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา วัดแห่งนี้มีความเงียบสงบ ท่ามกลางธรรมชาติที่ล้อมรอบทั้งสวนยางและฝืนนา วัดปลักคล้า เป็นวัดราษฎร์สังกัดคณะสงฆ์ฝ่ายมหานิกาย ตั้งอยู่ในตำบลโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา มีเนื้อที่ 10 ไร่ มีธรณีสงฆ์ 3 แปลง พื้นที่วัดตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มมีลำคลองและทุ่งนาโดยรอบ ปัจจุบันมีพระครูวีระเขมคุณเป็นเจ้าอาวาสวัดปลักคล้า สร้างเป็นวัด พ.ศ. 2429 ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาเมื่อ พ.ศ. 2442 อุโบสถสร้างเมื่อ พ.ศ. 2462 โครงสร้างเป็นไม้เนื้อแข็ง หลังคามุงด้วยกระเบื้องดินเผา ปูนยี่วัดนี้มีพระพุทธรูปทองคำที่เคารพบูชาของพุทธศาสนิกชนทั้งชาวไทยและชาวประเทศเพื่อนบ้านที่เดินทางมากราบไหว้ขอพรเป็นประจำ พระพุทธรูปทองคำ สร้างเมื่อ พ.ศ. 2529 ขนาดองค์พระ หน้าตักกว้าง 8 เมตร สูง 12 เมตร ซึ่งก่อนที่จะสร้างพระพุทธรูปทองคำ พระครูวีระเขมคุณ (หลวงพ่อก่อก่อม เขมวิโร) ท่านได้นิมนต์ที่ ท่านจึงคิดสร้าง “พระพุทธรูปทองคำ” เพื่อให้ประชาชนได้กราบไหว้บูชา

3.2.4 วัดขุนพลรัตนารามและเจดีย์เก้ายอด ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 3 บ้านโคกสัก ตำบลโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา วัดตั้งอยู่ที่ถนน อบจ. สายทุ่งลุง-บ้านเหนือ สร้างในสมัยพระครูรัตนบุญวัฒน์ เป็นเจ้าอาวาส วัดสังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย มีเนื้อที่ 26 ไร่ วัดขุนพลรัตนาราม ได้รับการบริจาคที่ดินจากนายแดง ชูคดี นายอ้น นวลถวิล และนายไชย แก้วสมบูรณ์ ได้รับอนุญาตในการสร้างวัดเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2508 ในสมัยรัชกาลที่ 9 ความหมายชื่อของวัดขุนพลรัตนาราม ใช้คำนำหน้านามสกุลผู้บริจาคที่ดินทั้งสามรายร่วมกันเป็นนามวัดว่า “วัดเจดีย์เก้ายอดวัดขุนพลรัตนาราม (วัดพยอมทอง)” พระครูรัตนบุญวัฒน์เป็นเกจิอาจารย์ชื่อดัง ได้เดินสายรับนิมนต์ไปถึงประเทศมาเลเซีย และญาติโยมทั้งในและนอกประเทศ มีพลังศรัทธาร่วมสร้างกับพระอาจารย์สมนึก เป็นผู้ริเริ่มคิดสร้างเพื่อใช้ประโยชน์ในการทำพิธีต่างๆ ของพระพุทธศาสนา เป็นวัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเพื่อขอพร และทำนายโชคชะตาที่ตรงกับความจริงของชีวิตตามความเชื่อของแต่ละบุคคล



ภาพที่ 11 ภาพความสวยงามของเจดีย์เก้ายอด

3.3 แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรและวิถีชีวิต ภูมิปัญญาของชุมชน

วิถีชีวิตในชุมชน ส่วนใหญ่เป็นวิถีชีวิตของผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ วิธีการทำนาข้าว วิธีการทำสวนยางพาราแบบผสมผสานหรือปลูกพืชร่วมยาง และวิธีการทำสวนสมรมผสมผสาน ประชากรประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 80 เพราะมีสภาพพื้นที่ราบลุ่มใกล้เขาวังชิง เป็นที่ดอนและที่นา เขา ป่า สวน นา ตำบลโคกม่วง จึงเป็นตำบลที่ต้องรักษาสภาพพื้นที่เกษตรไว้ต่อไป อาชีพเกษตรอินทรีย์เป็นความหวังของชาวโคกม่วง คือแหล่งผลิตอาหารสร้างรายได้แก่ครอบครัวอยู่อย่างพอเพียงเพื่อสร้างความสุขอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีภาครัฐหลายหน่วยงานให้การสนับสนุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเตรียมความพร้อมหลายแห่ง เช่น วิสาหกิจชุมชนคนแต่แรกสวนปลักหว้าของนายประวิทย์ อนุชาญ ศูนย์การเรียนรู้สวนปลักคล้าของนายสมัคร สุวรรณสาม เป็นต้น

ภูมิปัญญาของชุมชน มีภูมิปัญญาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ภูมิปัญญาในการใช้สมุนไพร เช่น ยาแก้ยา??? ยาพรมประสิทธิ์ ผู้รู้การเก็บผึ้งหลวง เป็นต้น และภูมิปัญญาอาหารเด่นของชุมชน เป็นอาหารอร่อยที่ใช้รับประทานเป็นหลักในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวแกงส้มปลาช่อนทุ่งท่าปริง (ชื่อหมู่บ้าน) ใส่หัวมันขี้หนู ปลาต้มจาก

ปลาในคลองจำไหร (ชื่อคลอง) หลามข้าวในกระบอกไม้ไผ่ ข้าวหลามรองใบตอง ข้าวยา ขนம்ப่า ขนมนมด (ขนมพื้นเมืองใช้แบ่งข้าวเหนียวใส่ไส้ปั้นกลมๆ เท่าเหริยญสิบบาทแล้วนำไปทอด) ขนมปากหม้อ กาแฟสดเขาวังชิง มะพร้าว น้ำหอมสด น้ำมะนาวอัญชัน



ภาพที่ 12 การหลามข้าวในกระบอกไม้ไผ่ที่รองด้วยใบตองและภาพการปลุกไม้ไผ่บางกาบแดง เพื่อใช้ทำข้าวหลามในชุมชน

2. การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

จากการจัดเวทีระดมสมองและการวิเคราะห์ข้อมูลแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา สามารถพัฒนาได้ ดังนี้

1) ด้านการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนโคกม่วง อำเภอลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา ชุมชนโคกม่วงเป็นชุมชนที่มีศักยภาพที่เหมาะสมในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ชุมชนสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน และสร้างรายได้ความอยู่ดีกินดีแก่ชุมชนได้ โดยการนำทรัพยากรที่มีในชุมชนมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่การสร้างคุณภาพและประสบการณ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะมรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เป็นการให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว โดยผ่านการใช้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมอันมีลักษณะของพื้นที่ ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจดจำ ประทับใจ และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ได้ท่องเที่ยว

2) ด้านการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนโคกม่วงเป็นชุมชนที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมบนเขาวังชิง สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทอดเขาวังชิง กางเตนท์ ทำอาหาร กิจกรรมชงกาแฟ-น้ำผึ้งเขาวังชิง สาธิตการทำข้าวหลาม และเรียนรู้พืชสมุนไพรบนเขาวังชิงได้ กิจกรรมในเส้นทางศรัทธาของวัดต่าง ๆ ได้แก่ วัดปลักคล้า วัดโคกเหริย วัดขุนพลรัตนราม วัดโคกม่วง เป็นต้น

3) ด้านการยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ชุมชนโคกม่วงมีศักยภาพด้านกลุ่มองค์กรในชุมชนที่สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มได้ เช่น กิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตคนโคกม่วง ได้แก่ การเรียนรู้วิถีเกษตร ทำนาปลูกข้าว การเรียนรู้วิถีคนเลี้ยงผึ้งเขาวังชิง การเรียนรู้เกษตรผสมผสาน การเรียนรู้กลุ่มคนทำเครื่องแกงตากยาย เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง มี 3 ด้าน คือ ด้านประวัติศาสตร์ ซึ่งชุมชนมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อที่น่าสนใจ ด้านกลุ่มองค์กรในชุมชน มี 2 ประเภท คือ กลุ่มองค์กรที่มีเกณฑ์มาตรฐานรองรับ และองค์กรที่เตรียมความพร้อมรองรับการพัฒนา และด้านแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ วิถีชีวิตในชุมชน และภูมิปัญญาอาหารเด่นของชุมชน สอดคล้องกับ นางลักษณ จันทาภากุล และนรินทร์ สังข์รักษา (2556) กล่าวว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีน โดยรวม ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านองค์กร ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณเพื่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การให้ความรู้ การจัดอบรมในการจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ การศึกษาดูงานและการศึกษาการปฏิบัติที่ดีในการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ และการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานต่าง ๆ ในระดับจังหวัด และสื่อต่าง ๆ รวมถึงการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกของชุมชนอย่างต่อเนื่อง และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากนี้ปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีน ยังมีปัญหาด้านองค์กร ปัญหา ด้านกิจกรรม และปัญหาด้านพื้นที่ ที่ชุมชนต้องร่วมมือกันแก้ไข

แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนพบว่า มีแนวทางการพัฒนา 3 ด้าน คือ การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในชุมชน ศักยภาพที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและสร้างรายได้ความอยู่ดีกินดีให้แก่ชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับ เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์ (2564) กล่าวว่า แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวควรปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ มีการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจุดเช็คอินเพื่ออำนวยความสะดวกและชี้แจงก่อนนำสู่กิจกรรม พัฒนาทักษะเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรและผู้ประกอบการภายในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งมาตรฐานการบริการ ภาษา และการบริหารจัดการ สร้างอัตลักษณ์ของสินค้าและผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวชุมชนที่สื่อให้เห็นถึงเมืองเก่าสุโขทัย และปรับปรุงป้ายสื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา โดยศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนโคกม่วง มี 3 ด้าน คือ ด้านประวัติศาสตร์ มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อที่น่าสนใจ ด้านกลุ่มองค์กรในชุมชน มี 2 ประเภท คือ กลุ่มองค์กรที่มีเกณฑ์มาตรฐานรองรับ และองค์กรที่เตรียมความพร้อมรองรับการพัฒนา และด้านแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร วิถีชีวิตและภูมิปัญญา

ท้องถิ่น ได้แก่ วิถีชีวิตในชุมชน และภูมิปัญญาอาหารเด่นของชุมชน จากการศึกษาชุมชนควรมีแนวทางการพัฒนา ศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชน 3 ด้าน คือ การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การ พัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวใน ชุมชน เพราะศักยภาพที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน และสร้าง รายได้ความอยู่ดีกินดีให้แก่ชุมชนได้

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ควรดำเนินการพัฒนาด้านกิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในชุมชนโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีความน่าจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ที่เหมาะสม และมีความได้เปรียบ เพราะเป็นพื้นที่ชุมชนเมืองมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก
2. ผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากมีความได้เปรียบเพราะเป็นพื้นที่ชุมชนเมืองมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกเพราะอยู่ ใกล้สนามบิน
3. มหาวิทยาลัยในพื้นที่ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยว เนื่องจากมี ศักยภาพที่เหมาะสมทั้งในการพัฒนาเป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการ และผลิตภัณฑ์มีศักยภาพที่มีความเหมาะสมต่อการ จัดการท่องเที่ยวได้

เอกสารอ้างอิง

- กองการศึกษาเทศบาลตำบลโคกม่วง. (ม.ป.ป.). *เอกสารประวัติศาสตร์ตำบลโคกม่วง*. สงขลา: กองการศึกษาเทศบาล ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา.
- เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2564). ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลกโดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 103-114.
- นงลักษณ์ จันทภากุล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2556). การศึกษาศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ ชุมชนบ้านหัวเขาเงินจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยบริการ*, 24(2), 143-156.

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิฮ) บนฐานภูมิปัญญา
เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

Development of Kaeng Kua Khoey (Tumih) Products Based on Wisdom to
Strengthen the Creative Economy in Thepha District, Songkhla Province

กฤษณวรรณ เสวีพงศ์^{1*} และสุธี เทพสุริวงศ์²

Krisanawan Saweepong^{1*} and Sutee Tapsuriwong²

¹วิทยาลัยชุมชนสงขลา 48/1 ตำบลเทพา อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

²วิทยาลัยชุมชนสงขลา 48/1 ตำบลเทพา อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

¹Songkhla Community College, 48/1 Thepha subdistrict, Thepha district, Songkhla province.

²Songkhla Community College, 48/1 Thepha subdistrict, Thepha district, Songkhla province.

*Corresponding author, e-mail: krisanawan@sk-cc.ac.th

Received November 25, 2024; Revised March 3, 2025; Accepted March 10, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุมิฮ) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา 2) ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา และ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ประชาชนชุมชนภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย และตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิฮ) จากกลุ่มผู้บริโภค ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 100 คน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทดสอบการยอมรับและความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ ด้วยการทดสอบทางประสาทสัมผัส วิธีการทดสอบที่ใช้ คือ 9 - Point Hedonic Scales ผลการวิจัย พบว่า 1) ภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคยมีวัตถุดิบและกรรมวิธีในการปรุงมีความแตกต่างกันตามอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ 2) ผลการทดสอบการยอมรับและความชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย ทั้ง 7 สูตร พบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ สูตร 2 ในทุกคุณลักษณะ โดยมีค่าการยอมรับในระดับปานกลาง ซึ่งผู้ทดสอบมีความชอบและสนใจจะซื้อผลิตภัณฑ์ และ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิฮ) ได้มีการพัฒนาสูตรร่วมกันทั้ง 7 ชุมชน โดยมีส่วนผสมของกะปิ น้ำกะทิ กระเทียม หัวหอม ตะไคร้ ข่า ขมิ้น พริกชี้ฟ้าแห้ง ส้มแขก น้ำมะขามเปียก น้ำตาลแว่น และน้ำตาลทราย

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, แกงคั่วเคย(ตุมิฮ), ภูมิปัญญา

Abstract

This research aimed 1) to investigate the local wisdom of making Kaeng Kua Khoey (Tumih) in the area of Thepa District, Songkhla Province, 2) to examine consumer opinions on Kaeng Kua Khoey (Tumih) recipes, and 3) to develop Kaeng Kua Khoey (Tumih) curry paste recommended by the local wisdom based on the idea to build a creative economy on the local wisdom. The research took a mixed-method approach. The qualitative data were collected from community wisdom practitioners who were experts in Kaeng Kua Khoey (Tumih) and representatives of community enterprises. The informants participated in focus group discussions, in-depth interviews, and observations. A content analysis was carried out on the data. The quantitative data were collected by means of opinion assessment. A random sampling method was employed to invite 100 consumers to participate in the testing. The consumers evaluated their overall acceptance and preference of Kaeng Kua Khoey (Tumih) recipes through sensory tests using a 9-Point Hedonic Scale. It was found that 1) the local wisdom of making Kaeng Kua Khoey (Tumih) varied in ingredients and preparation methods according to the identity of each area, 2) recipe number 2, among the seven, was accepted by the testers in all aspects, with a moderate level of acceptance, and the testers expressed interest in purchasing the recipe, and 3) the development of the Kaeng Kua Khoey (Tumih) curry paste across seven communities in the district had resulted in these key ingredients: shrimp paste, coconut milk, garlic, onion, lemongrass, galangal, turmeric, dried bird's eye chili, tamarind, tamarind pulp, palm sugar, and granulated sugar.

Keywords: product development, Kaeng Kua Khoey (Tumih), wisdom

บทนำ

การพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญต้องสร้างความพร้อมให้กับคนเป็นสำคัญ เนื่องจากหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานขององค์ความรู้จากการเรียนรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมาผสมผสานกับวัฒนธรรม แล้วนำมาผลิตเป็นสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553) และการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์และสืบทอดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้กระบวนการจัดการความรู้ นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้วยอาชีพ สร้างรายได้ให้ชุมชน สร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจฐานราก ทำให้ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และตามแผนพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 รวมทั้งเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (แพรวภัทร ยอดแก้ว, 2565) กรมส่งเสริมการเกษตรจึงจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขึ้น ตามพระราชบัญญัติ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขึ้นในปี พ.ศ. 2548 เพื่อมุ่งหวังให้คนในชุมชนรวมตัวกันใช้ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ สร้างเป็นรายได้ให้กับคนในพื้นที่ที่สามารถช่วยเหลือซึ่งกัน และกันภายในชุมชน อันจะส่งผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองอย่างได้ยั่งยืนและมีระบบเศรษฐกิจชุมชนอย่างเข้มแข็ง (ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ, 2565)

อำเภอเทพา เป็นพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลของจังหวัดสงขลา มีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายทางชีวภาพเอื้อให้เป็นที่อยู่อาศัยของทรัพยากรสัตว์น้ำหลายชนิด บริเวณชายฝั่งทะเลเทพา ซึ่งทรัพยากรที่ได้มาจากการทำประมงถูกนำมาจำหน่ายในรูปแบบของอาหารทะเลสด และอาหารทะเลแปรรูปด้วยกระบวนการทางภูมิปัญญา การแปรรูปถนอมอาหารที่มีกระบวนการที่เรียบง่าย และสัตว์ทะเลที่นิยมนำมาแปรรูปอย่างง่าย ได้แก่ ปลา กุ้ง ปลาหมึก และกะปิ โดยนิยมแปรรูปเป็นอาหารทะเลแห้งเพื่อยืดระยะเวลาการบริโภคและการเก็บรักษา ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่สร้างอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของพื้นที่อำเภอเทพา คือ กะปิเทพา ในอดีต การผลิตผลิตภัณฑ์จากการประมงพื้นบ้านจัดเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่มีขนาดเล็ก ใช้เทคนิคการผลิตและเทคโนโลยีอย่างง่าย พึ่งพาสภาพดินฟ้าอากาศและธรรมชาติเป็นหลัก ส่งผลให้กำลังการผลิตต่ำและปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน ผู้ผลิตจึงมีรายได้น้อยและรายได้ไม่แน่นอนตามไปด้วย (ชูสิทธิ์ คงเรือง และคณะ, 2556) ทั้งนี้ อาหารเป็นสื่อที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศต่างๆ และอาหารไทยในแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างตามวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่น จึงทำให้มีรสชาติที่แตกต่าง (ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ, 2565) กะปิเทพาเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเลที่ทำมาจากกุ้งเคยซึ่งมีในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคมของทุกปี จะมีกุ้งฝอยหรือคนในพื้นที่เรียกว่า กุ้งเคย จำนวนมากซึ่งจะนำมาแปรรูปเป็นกะปิเพื่อเก็บไว้บริโภคในครัวเรือนหรือจำหน่ายในพื้นที่ กำลังการผลิตกะปิของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านพระพุทธ โดยเฉลี่ยรอบละ 2,000 กิโลกรัมต่อเดือนในช่วงฤดูกาลที่มีกุ้งเคย และสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์กะปิ เดือนละ 200 กิโลกรัมต่อเดือน (สุนีย์ หัตตะเจ, 2566)

จากการที่คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการแปรรูปอาหารทะเลในพื้นที่อำเภอเทพา พบว่า มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กะปิ ซึ่งกะปิเป็นผลิตภัณฑ์หมักที่สำคัญในการปรุงแต่งรสชาติอาหาร มีการจำหน่ายในรูปแบบของกะปิ เพื่อเป็นส่วนประกอบของอาหารท้องถิ่นทางภาคใต้ที่นิยมทานกัน เช่น กะปิ ผัดสะตอ ข้าวคลุกกะปิ แกงส้ม แกงคั่วเคย เป็นต้น ซึ่งเป็นอาหารภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในพื้นที่ที่ทำรับประทานในครัวเรือนเท่านั้น ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ที่มีความต้องการที่จะนำกะปิเทพามายกระดับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยิ) ที่มาจากรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ เพื่อพัฒนาและให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของพื้นที่ อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยิ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา เพื่อรวบรวมภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ้มยิ) และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยิ) อีกทั้งเพื่อเพิ่มความแตกต่างจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์จาก

กะปิทั่วไป มีรูปลักษณะที่แตกต่างและเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของพื้นที่ให้คงอยู่คู่กับคนชุมชน เป็นการสร้างอัตลักษณ์และยกระดับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาให้มีมูลค่าเพิ่ม และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่นิยมรับประทานอาหารที่สะดวก พร้อมรับประทานง่ายต่อการบริโภค ผ่านการวิเคราะห์คุณค่าโภชนาการผลิตภัณฑ์และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นแบบผสมผสาน (Mixed methods research) โดยผู้วิจัยได้แบ่งรูปแบบระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้แก่

1. การศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนปราชญ์ชุมชนด้านภูมิปัญญาประมงพื้นบ้าน ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 14 คน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรชุมชนพระพุทธ จำนวน 10 คน

1.1 การสนทนากลุ่ม (focus group) ซึ่งใช้เทคนิคการฉายภาพออกไปข้างหน้า (Projective Technique) การเล่าเรื่อง (Storytelling) โดยบันทึกประเด็นสนทนาเพื่อรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จากตัวแทนชุมชนในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 7 ชุมชน ร่วมถอดบทเรียนภูมิปัญญาด้านการแปรรูปกะปิจากฐานทุนประมงพื้นบ้านในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

1.2 การสัมภาษณ์ โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เจาะลึก (In - Depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์เองเพื่อให้ได้ข้อมูลละเอียดตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด

1.3 การสาธิต การร่วมกันปฏิบัติตามกิจกรรมที่กำหนดขึ้น ในการสาธิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย(ตุ๋มฮ) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 7 ชุมชนในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของข้อมูลในการศึกษาวิจัย และการปรับปรุงพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) ให้เป็นที่ยอมรับ

1.3 การสังเกต ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการสังเกต ทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ในการดำเนินกิจกรรมถอดบทเรียน สนทนากลุ่ม การสาธิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ)

2. การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จากกลุ่มผู้บริโภค โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 100 คน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทดสอบการยอมรับและความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทดสอบทางประสาทสัมผัส วิธีการทดสอบที่ใช้ คือ 9 - Point Hedonic Scales

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

3.1 การสาธิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของข้อมูลในการศึกษาวิจัย

3.2 การสัมภาษณ์ โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เจาะลึก (In - Depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์เองเพื่อให้ได้ข้อมูลละเอียดตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด

3.3 การสังเกต ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการสังเกต ทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

3.4 การวิเคราะห์คุณค่าโภชนาการของผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) โดยกำหนดขนาดของผลิตภัณฑ์ตามผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินได้กำหนดขนาดน้ำหนักผลิตภัณฑ์ 2 ขนาด ได้แก่ ขนาด 70 กรัมต่อซองสำหรับใส่ซองฟอยด์บรรจุอาหาร บรรจุ 3 ซองต่อแพ็ค และขนาด 220 กรัมบรรจุใส่ขวดพลาสติกพร้อมบรรจุภัณฑ์กล่อง

ผลการวิจัย

1. การศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

อำเภอเทพา เป็นพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลของจังหวัดสงขลา มีความอุดมสมบูรณ์ทรัพยากรสัตว์น้ำหลายชนิด ซึ่งทรัพยากรที่ได้มาจากการออกทำการประมงถูกนำมาจำหน่ายในรูปแบบของอาหารทะเลสด และอาหารทะเลแปรรูปด้วยกระบวนการทางภูมิปัญญาการแปรรูปถนอมอาหารที่มีกระบวนการที่เรียบง่าย และผลิตภัณฑ์ที่สร้างอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของพื้นที่อำเภอเทพา คือ กะปิเทพา กะปิเทพาเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเลที่ทำมาจากกุ้งเคย โดยในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคมของทุกปี จะมีกุ้งฝอยหรือคนในพื้นที่เรียกว่า กุ้งเคยจำนวนมาก ซึ่งจะนำมาแปรรูปเป็นกะปิเพื่อเก็บไว้บริโภคในครัวเรือนหรือจำหน่ายในพื้นที่ กำลังการผลิตกะปิของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านพระพุทธ โดยเฉลี่ยรอบละ 2,000 กิโลกรัมต่อเดือน ในช่วงฤดูกาลที่มีกุ้งเคย และสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์กะปิเดือนละ 200 กิโลกรัมต่อเดือน (สุนีย์ หัตตะเจ, 2566) กะปิเป็นส่วนประกอบของอาหารท้องถิ่นที่นิยมนำมาปรุงเป็นอาหาร เช่น กะปิผัดสะตอ ข้าวคลุกกะปิ แกงคั่วเคย เป็นต้น ซึ่งภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) นิยมทำรับประทานกันในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ในกลุ่มชาวไทยมุสลิมภาคใต้ (สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส สงขลา) ภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ๋มฮ) เป็นชื่อ

แกงชนิดหนึ่งซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองของชาวมุสลิมในรัฐเปอร์ลิส ประเทศมาเลเซีย มาจากคำว่า ตุมิห์ (TUMTH) หมายถึง การผัดเครื่องแกงคลุกเคล้าให้เข้ากับน้ำกะทิหรือน้ำมัน สำหรับในประเทศไทย เรียกว่า ตอแมะห์ แต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างตามอัตราส่วนผสมของเครื่องปรุงและความชอบของรสชาติ บางพื้นที่มักใส่เนื้อสัตว์ เช่น ถ้าใส่เนื้อปลา เรียกว่า แกงคั่วตุมิฮ์ปลา ถ้าใส่เนื้อ เรียกว่าแกงคั่วตุมิฮ์เนื้อ นิยมรับประทานคู่กับไข่ต้ม ผักสดหรือผักลวกตามที่มีในท้องถิ่นนั้น ๆ และจากการศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุมิฮ์) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา นิยมทำกันใน 7 ชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนบ้านควนทรัน ตำบลท่าม่วง 2) ชุมชนบ้านพระพุทธร ตำบลเทพา 3) ชุมชนบ้านพุดหมาก ตำบลเทพา 4) ชุมชนบ้านท่าเรือ ตำบลเทพา 5) ชุมชนบ้านคลองประดู่ ตำบลปากบาง 6) ชุมชนบ้านเขาน้อย ตำบลสะกอม และ 7) ชุมชนบ้านสะกอม ตำบลสะกอม พบว่า อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา มีลักษณะภูมิประเทศแต่ละชุมชนมีการทำแกงคั่วเคย (ตุมิฮ์) เพื่อรับประทานในครัวเรือน ซึ่งมีวัตถุดิบที่ใช้และกรรมวิธีในการทำที่แตกต่างกันตามอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ มีความพิถีพิถันตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบกะปิ ซึ่งส่วนใหญ่ชุมชนที่มีวิถีประมงพื้นบ้านก็จะทำกะปิเพื่อรับประทานเอง กรรมวิธีขั้นตอนการทำแกงคั่วเคย (ตุมิฮ์) มีความละเอียดอ่อนในการปรุงรสตามอัตราส่วนที่พอเหมาะกับรสชาติและความชอบตามวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาของแต่ละพื้นที่จนเป็นภูมิปัญญาด้านอาหารของท้องถิ่น แกงคั่วเคย (ตุมิฮ์) มักรับประทานกับผักพื้นบ้านมาเป็นเครื่องเคียงที่ทานควบคู่กัน นอกจากนี้ยังทานคู่กับไข่ต้มและข้าวสวยร้อนๆ นิยมทำรับประทานในช่วงฤดูฝน ซึ่งแต่ละชุมชนได้สาธิตการทำแกงคั่วเคย (ตุมิฮ์) แสดงดังภาพที่ 1 ส่วนผสมและปริมาณที่แตกต่างกันแสดงดังตารางที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงการสาธิตการทำแกงคั่วเคย (ตุมิฮ์) ภูมิปัญญาด้านอาหารทะเล เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพาจังหวัดสงขลา

ตารางที่ 1 แสดงส่วนผสมและปริมาณของผลิตภัณฑ์แกงคั่ว (ตุ้มฮ) แต่ละชุมชนในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

ส่วนผสม	ปริมาณ (ร้อยละ)						
	สูตรที่ 1	สูตรที่ 2	สูตรที่ 3	สูตรที่ 4	สูตรที่ 5	สูตรที่ 6	สูตรที่ 7
กะปิ	6	19	6.5	17	18.5	10	8.5
น้ำกะทิ	78.5	29	65	41	37.5	64.5	63
หัวหอม	6	10	6.5	9.5	11	1.5	4
กระเทียม	-	5.5	3	5	11	3	4
พริกชี้ฟ้าแห้ง	4	2	3.5	5	4	2	2
พริกสด	0.5	-	0.5	-	-	-	2
ตะไคร้	-	2	1.5	3	4	1.5	6.5
ข่า	-	2	6.5	14.5	-	-	4
ขมิ้น	-	1	1.5	2.5	2	-	0.5
สั้มแขก	0.5	0.5	0.5	1	1	0.5	1
น้ำ	-	-	-	-	-	-	-
มะขามเปียก							
น้ำตาลแว่น	4	19	5	-	11	10	4
น้ำตาลทราย	-	10	-	1.5	-	-	-
เกลือ	0.5	-	-	-	-	0.5	0.5
มะพร้าวคั่ว	-	-	-	-	-	6.5	-

จากตารางที่ 1 แสดงส่วนผสมและปริมาณของผลิตภัณฑ์แกงคั่ว (ตุ้มฮ) แต่ละชุมชนในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 7 ชุมชน มีส่วนผสมหลัก ได้แก่ กะปิ น้ำกะทิ และส่วนผสมอื่นๆ แตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละพื้นที่ และสำหรับขั้นตอนการปรุง แต่ละชุมชนมีความเหมือนและความแตกต่างกันในส่วนผสมบางชนิด แต่วิธีการขั้นตอนการปรุงจะคล้ายกัน คือ 1) นำเครื่องปรุงมาบดรวมกับน้ำกะทิให้เป็นเนื้อเดียวกัน 2) นำน้ำกะทิมาตั้งไฟความร้อนปานกลาง 3) นำเครื่องแกงที่บดละเอียดแล้วมาเทใส่ลงกระทะ ใส่น้ำตาลปีบ ใส่สั้มแขก เคี่ยวจนน้ำกะทิแตกมัน (บางชุมชนจะใส่มะพร้าวคั่วเพื่อเพิ่มความหอมและมันของกะทิ) 4) ใส่พริกสดลงไปเล็กน้อยคลุกคล้าในเนื้อเครื่องแกง (ใส่น้อยตามความชอบ ซึ่งบางชุมชนอาจไม่ใส่) 5) ตักพร้อมเสิร์ฟกับไข่ต้ม ผักสดหรือผักลวก และข้าวสวยร้อน ๆ

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค จากการศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ้มฮ) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 7 ชุมชน 7 สูตร ได้นำมาศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา

จังหวัดสงขลา โดยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) จำนวน 100 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 74 เพศชาย ร้อยละ 26 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 51 รองลงมาอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 19 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 66 รองลงมาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 18 อาชีพส่วนใหญ่ค้าขาย ร้อยละ 30 รองลงมารับจ้างทั่วไป ร้อยละ 29 รายได้ส่วนใหญ่ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 31 รองลงมารายได้ 10,001-15,000 บาท ตามลำดับ

2.2 ผลการประเมินการทดสอบการยอมรับและความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทดสอบทางประสาทสัมผัส วิธีการทดสอบที่ใช้ คือ 9 - Point Hedonic Scales ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินการทดสอบการยอมรับและความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทดสอบทางประสาทสัมผัส วิธีการทดสอบที่ใช้ คือ 9 - Point Hedonic Scales

คุณลักษณะ	คะแนนเฉลี่ยความชอบ													
	สูตรที่ 1		สูตรที่ 2		สูตรที่ 3		สูตรที่ 4		สูตรที่ 5		สูตรที่ 6		สูตรที่ 7	
	Mean		Mean		Mean		Mean		Mean		Mean		Mean	
	SD		SD		SD		SD		SD		SD		SD	
ลักษณะปรากฏ	7.21	1.59	7.52	1.57	7.30	1.48	7.16	1.58	7.13	1.65	7.52	1.02	7.32	1.64
สี	7.38	1.42	7.42	1.67	7.39	1.32	7.40	1.29	7.11	1.51	7.41	1.10	7.38	1.53
รสชาติ	6.97	1.66	7.44	1.59	7.38	1.41	7.15	1.62	7.13	1.54	7.40	1.10	7.43	1.41
กลิ่น	7.00	1.66	7.37	1.37	7.29	1.51	7.07	1.60	7.04	1.64	7.36	1.09	7.36	1.47
เนื้อสัมผัส	7.27	1.41	7.50	1.67	7.43	1.67	7.50	1.29	7.01	1.62	7.41	1.16	7.40	1.48
ความชอบโดยรวม	7.18	1.47	7.57	1.47	7.29	1.65	7.29	1.43	7.02	1.63	7.41	1.19	7.41	1.66

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบการยอมรับและความชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) ทั้ง 7 สูตร พบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) สูตร 2 ในทุกคุณลักษณะ โดยมีค่าการยอมรับในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 7.37-7.57

2.3 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

จากการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 100 คน พบว่า รู้จักผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) ร้อยละ 38 ไม่รู้จัก ร้อยละ 62 ชอบรับประทานแกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) ร้อยละ 79 ไม่ชอบรับประทานแกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) ร้อยละ 21 สนใจแกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) เพราะรสชาติอร่อย ร้อยละ 62.00 รองลงมา ยกกระตือรือร้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา ร้อยละ 31.00 ราคาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มยี่) ที่ยอมรับฟังพอใจจะซื้อ ราคา 100-150 บาท ร้อยละ 75.00 รองลงมาราคาน้อยกว่า 100 บาท และ ราคา

151–200 บาท ร้อยละ 10.00 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการซื้อเป็นซองฟอยด์บรรจุอาหาร ร้อยละ 41.00 รองลงมาขวดพลาสติกพร้อมใช้ ร้อยละ 34.00 และในอนาคตจะซื้อผลิตภัณฑ์แก้วนวด (ตุ้ม) มาบริโภคแน่นอน ร้อยละ 73.00 รองลงมาอาจจะซื้อมาบริโภค ร้อยละ 20 ตามลำดับ ซึ่งมีข้อเสนอแนะ คือ ให้มีการปรับปรุงรสชาติให้มีความเค็มจากกะป็น้อยลงเล็กน้อย

3. พัฒนาผลิตภัณฑ์แก้วนวด (ตุ้ม) แบบมีส่วนร่วมบนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ อำเภอกะป็น จังหวัดสงขลา

3.1 การพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ แก้วนวด (ตุ้ม) แบบมีส่วนร่วมบนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ อำเภอกะป็น จังหวัดสงขลา ได้มีการพัฒนาสูตรร่วมกันทั้ง 7 ชุมชน โดยนำข้อเสนอแนะจากการประเมินความคิดเห็น และจากการสนทนากลุ่ม ส่งผลให้มีการดำเนินการปรับปรุงสูตรโดยใช้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านพระพุทธเป็นสถานที่พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์แก้วนวด (ตุ้ม) เนื่องจากเป็นที่สถานที่ผลิตกะปิเทศา และเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะปิ เช่น กะปิปรุงรส ซอสกะปิผัดสะตอกุ้ง ที่ได้รับการประเมินเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งเป็นสถานที่ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตอาหาร และจากการปรับปรุงพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์แก้วนวด (ตุ้ม) โดยการนำสูตรที่ 2 มาปรับปรุงพัฒนาส่วนผสมและปริมาณดังแสดงในตารางที่ 3 และการพัฒนาผลิตภัณฑ์แก้วนวด (ตุ้ม) ดังแสดงในภาพที่ 2

ตารางที่ 3 แสดงส่วนผสมและปริมาณของผลิตภัณฑ์แก้วนวดสำเร็จรูป (ตุ้ม) ที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะในเวทีสนทนากลุ่มในพื้นที่อำเภอกะป็น จังหวัดสงขลา

ส่วนผสม	ปริมาณ (ร้อยละ)
	สูตรปรับปรุง
กะปิ	14.5
น้ำกะทิ	29
กระเทียม	5.5
หัวหอม	14.5
ตะไคร้	1.5
ข่า	1.5
ขมิ้น	0.5
พริกชี้ฟ้าแห้ง	1.5
ส้มแขก	0.5
น้ำมะขามเปียก	2
น้ำตาลแว่น	7
น้ำตาลทราย	22



ภาพที่ 2 แสดงการพัฒนาปรับปรุงพัฒนาสูตรแกงคั่วเคยสำเร็จรูป (ตุ๋มฮือ)

3.2 การวิเคราะห์คุณค่าโภชนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนแกงคั่วเคยสำเร็จรูป (ตุ๋มฮือ) บนฐานภูมิปัญญา ประมงพื้นบ้าน เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

จากการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคยสำเร็จรูป (ตุ๋มฮือ) ได้ดำเนินการวิเคราะห์คุณค่าโภชนาการของ ผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดขนาดของผลิตภัณฑ์ตามผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมิน ได้กำหนด ขนาดน้ำหนักผลิตภัณฑ์ 2 ขนาด ได้แก่ ขนาด 70 กรัมต่อซอง สำหรับใส่ช่องฟอยด์บรรจุอาหาร บรรจุ 3 ซอง ต่อแพ็ค พบว่า สามารถแบ่งบริโภคได้ทั้งหมด 2 ครั้ง/ถุง ในแต่ละครั้งของการบริโภคได้พลังงานทั้งหมด 180 กิโลแคลอรี น้ำตาล 26 กรัม ไขมัน 5 กรัม และโซเดียม 1,540 มิลลิกรัม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโภชนาการ แสดงดังภาพที่ 3



คุณค่าทางโภชนาการต่อ 1 ถุง
ควรแบ่งกิน 2 ครั้ง

พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
180	26	5	1540
กิโลแคลอรี	กรัม	กรัม	มิลลิกรัม
*9%	*40%	*8%	*77%

* คิดเป็นร้อยละของปริมาณสูงสุดที่บริโภคได้ต่อวัน

ข้อมูลโภชนาการ			
หนึ่งหน่วยบริโภค : 1/2 ถุง (35 กรัม)			
จำนวนหน่วยบริโภคต่อถุง : 2			
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค			
พลังงานทั้งหมด 90 กิโลแคลอรี (พลังงานจากไขมัน 20 กิโลแคลอรี)			
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *			
ไขมันทั้งหมด 2.5 ก.			4%
ไขมันอิ่มตัว 2 ก.			10%
คอเลสเตอรอล 20 มก.			7%
โปรตีน 2 ก.			
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 14 ก.			5%
ใยอาหาร 1 ก.			4%
น้ำตาล 13 ก.			
โซเดียม 770 มก.			38%
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *			
วิตามินเอ 15%	วิตามินบี1 0%		
วิตามินบี2 8%	แคลเซียม 10%		
เหล็ก 6%			
* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำไว้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี			
ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารต่าง ๆ ดังนี้			
ไขมันทั้งหมด	น้อยกว่า	65	ก.
ไขมันอิ่มตัว	น้อยกว่า	20	ก.
คอเลสเตอรอล	น้อยกว่า	300	มก.
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด		300	ก.
ใยอาหาร		25	ก.
โซเดียม	น้อยกว่า	2000	มก.
พลังงาน(กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน = 9; โปรตีน = 4; คาร์โบไฮเดรต = 4			

ภาพที่ 3 แสดงผลข้อมูลโภชนาการผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคยสำเร็จรูป (ตุ๋มฮือ) ขนาด 70 กรัมต่อซอง

และน้ำหนักรีดไขมัน 220 กรัม บรรจุใส่ขวดพลาสติกพร้อมบรรจุภัณฑ์กล่อง พบว่า สามารถแบ่งบริโภคได้ทั้งหมด 7 ครั้ง/กระปุก ในแต่ละครั้งของการบริโภคได้พลังงานทั้งหมด 490 กิโลแคลอรี น้ำตาล 77 กรัม ไขมัน 14 กรัม และโซเดียม 4,620 มิลลิกรัม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโภชนาการ แสดงดังภาพที่ 4



คุณค่าทางโภชนาการต่อ 1 กระปุก
ควรแบ่งกิน ประมาณ 7 ครั้ง

พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
490	77	14	4620
กิโลแคลอรี	กรัม	กรัม	มิลลิกรัม
*24%	*118%	*22%	*231%

* คิดเป็นร้อยละของปริมาณสูงสุดที่บริโภคได้ต่อวัน

ข้อมูลโภชนาการ			
หนึ่งหน่วยบริโภค : 2 ช้อนโต๊ะ (30 กรัม)			
จำนวนหน่วยบริโภคต่อกระปุก : ประมาณ 7			
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค			
พลังงานทั้งหมด 70 กิโลแคลอรี (พลังงานจากไขมัน 20 กิโลแคลอรี)			
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *			
ไขมันทั้งหมด 2 ก.		3%	
ไขมันอิ่มตัว 2 ก.		10%	
คอเลสเตอรอล 20 มก.		7%	
โปรตีน 2 ก.			
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 12 ก.		4%	
ใยอาหาร 1 ก.		4%	
น้ำตาล 11 ก.			
โซเดียม 660 มก.		33%	
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *			
วิตามินเอ 10%	วิตามินบี1 0%		
วิตามินบี2 8%	แคลเซียม 10%		
เหล็ก 6%			
* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี			
ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารต่าง ๆ ดังนี้			
ไขมันทั้งหมด	น้อยกว่า	65	ก.
ไขมันอิ่มตัว	น้อยกว่า	20	ก.
คอเลสเตอรอล	น้อยกว่า	300	มก.
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด		300	ก.
ใยอาหาร		25	ก.
โซเดียม	น้อยกว่า	2000	มก.
พลังงาน(กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน = 9; โปรตีน = 4; คาร์โบไฮเดรต = 4			

ภาพที่ 4 แสดงผลข้อมูลโภชนาการผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคยสำเร็จรูป (ตุ๋มย)

ขนาด 220 กรัมต่อกระปุก

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ๋มย) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จะนิยมทำรับประทานกันในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ในกลุ่มชาวไทยมุสลิมภาคใต้ (สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส และสงขลา) และจากการศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ๋มย) ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 7 ชุมชน ภายใต้ทุนภูมิปัญญาด้านอาหารที่สืบทอดกันมาตามวิถีชุมชนและฐานทุนทรัพยากรในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรการประมงที่เป็นต้นทุนของการทำกะปิเทพา อีกทั้งมีทรัพยากรพืชท้องถิ่นในพื้นที่ที่เป็นส่วนประกอบของการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ๋มย) เพื่อรับประทานในครัวเรือน ซึ่งมีวัตถุดิบที่ใช้ และกรรมวิธีในการทำที่แตกต่างกันตามอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ มีความพิถีพิถันตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบกะปิ ซึ่งส่วนใหญ่ชุมชนที่มีวิถีประมงพื้นบ้านก็จะทำกะปิเพื่อรับประทานเอง กรรมวิธีขั้นตอนการทำแกงคั่วเคย(ตุ๋มย) มีความละเอียดอ่อนในการปรุงรสตามอัตราส่วนที่พอเหมาะกับรสชาติและความชอบ ตามวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาของแต่ละพื้นที่ จนเป็นภูมิปัญญาด้านอาหารของท้องถิ่น แกงคั่วเคย (ตุ๋มย)

มักรับประทานกับผักพื้นบ้านมาเป็นเครื่องเคียงที่รับประทานควบคู่กันนอกจากนี้ยังรับประทานคู่กับไข่ต้มและข้าวสวยร้อน ๆ นิยมทำรับประทานในช่วงฤดูฝน ซึ่งแต่ละชุมชนมีส่วนผสมที่เหมือนและแตกต่างกัน เช่น ขมิ้น ข่า มะพร้าวคั่ว และอัตราส่วนปริมาณการปรุงที่แตกต่างกันบ่งชี้อัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกันด้วย สอดคล้องกับธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ (2565) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้าน สำหรับยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม พบว่า รายการอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ และกรรมวิธีในการทำ นำมาซึ่งข้อมูลการผลิตอาหารพื้นถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม ที่จะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่นนั้น ต้องอนุรักษ์ความโดดเด่นของเครื่องเทศแบบมุสลิมเอาไว้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงรสชาติอาหารของชาวมุสลิม (ธีระวัฒน์ จันทิกและคณะ, 2565)

2. ผลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิย) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ซึ่งผลการประเมินการทดสอบการยอมรับและความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิย) พบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิย) สูตร 2 ในทุกคุณลักษณะ โดยมีค่าการยอมรับในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 7.37–7.57 สอดคล้องกับวิภาดา มุรินทร์นพมาศ และคณะ (2566) กล่าวถึง การสำรวจการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงไตปลาแห้ง จำนวน 100 คน โดยใช้แบบทดสอบ (9 - Point Hedonic Scale) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้การยอมรับผลิตภัณฑ์แกงไตปลาแห้ง ในระดับความชอบปานกลางถึงระดับความชอบมากที่สุด รวมกันถึงร้อยละ 100 โดยมีคะแนนระดับความชอบปานกลาง ร้อยละ 45 ระดับความชอบมากที่สุด ร้อยละ 26 รวมทั้งมีคะแนนความชอบเฉลี่ยเท่ากับ 7.8 (วิภาดา มุรินทร์นพมาศและคณะ, 2566)

3. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิย) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จากการสนทนากลุ่มและผลการประเมินความคิดเห็นการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิย) ได้มีการพัฒนาสูตรร่วมกันทั้ง 7 ชุมชน โดยมีส่วนผสม ดังนี้ กะปิ น้ำกะทิ กระเทียม หัวหอม ตะไคร้ ข่า ขมิ้น พริกชี้ฟ้าแห้ง ส้มแขก น้ำมะขามเปียก น้ำตาลแว่น และน้ำตาลทราย 14.50, 29.00, 5.50, 14.50, 1.50, 1.50, 0.50, 1.50, 0.50, 2.00, 7.00 และ 22.00 ตามลำดับ ซึ่งเป็นสูตรผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิย) ที่ได้พัฒนาจากสูตรที่ 2 ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จาก 7 ชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิย) ที่ได้รับการยอมรับ ซึ่งสอดคล้องกับอิสรา ปวกพรมมา และคณะ (2565) ศึกษาการพัฒนาเครื่องพริกแกงหม่าล่าสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำซุพหม่าล่าเข้มข้น สูตรที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดคือ สูตรที่ 3 ซึ่งมีส่วนผสมของพริกฮวาเจียว พริกไทยดำ พริกชี้ฟ้าแห้ง พริกป่น ยี่หระ กระเทียม ขิง ผงพะโล้เกลือ น้ำตาล ทรายแดง ซีอิ๊วขาว ซอสฮอยซิน และ น้ำมันมะกอก เท่ากับร้อยละ 6.58, 6.58, 0.88, 6.58, 6.58, 2.19, 7.02, 6.58, 2.19, 15.35, 13.16, 13.16 และ 13.16 โดยน้ำหนักตามลำดับ และผลการวิเคราะห์คุณค่าโภชนาการของผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมิย) พบว่า ขนาดน้ำหนักผลิตภัณฑ์มี 2 ขนาด ได้แก่ ขนาด 70 กรัมต่อซอง สำหรับใส่ซองพอยด์บรรจุอาหาร บรรจุ 3 ซองต่อแพ็ค สามารถแบ่งบริโภคได้ทั้งหมด 2 ครั้ง/ถุง ในแต่ละครั้ง และขนาด 220 กรัม บรรจุใส่ขวดพลาสติกพร้อมบรรจุภัณฑ์กล่อง สามารถแบ่งบริโภคได้ทั้งหมด 7 ครั้ง/กระปุกในแต่ละครั้งสอดคล้องกับนิภาภัทร กุณฑล และคณะ (2565) ซึ่งศึกษาการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์และอายุการเก็บรักษาเครื่องแกง : กรณีศึกษาเครื่องแกง ผัดเผ็ด(เผ็ดน้อย) กลุ่มแม่บ้านโคกยาง-โคกภูแว จังหวัดนราธิวาส และผลจากการศึกษาคุณค่าทางโภชนาการ

พบว่าเครื่องแกงผัดเผ็ด (เผ็ดน้อย) ขนาดบรรจุ 60 กรัมต่อถุงสามารถแบ่งบริโภคได้ 3 ครั้ง ซึ่งจะได้รับพลังงานทั้งหมด 20 กิโลแคลอรีต่อครั้ง (อิสรา ปวกพรมมา และคณะ, 2565)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) ในพื้นที่อำเภอกะทู้ จังหวัดสงขลา ภูมิปัญญาการทำแกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) จำนวน 7 ชุมชน ชุมชนมีการทำแกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) เพื่อรับประทานในครัวเรือน มีวัตถุดิบที่ใช้ และกรรมวิธีในการทำที่แตกต่างกันตามอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ มีความพิถีพิถันตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบกะปิ ซึ่งส่วนใหญ่ชุมชนที่มีวิถีประมงพื้นบ้านก็จะทำกะปิเพื่อรับประทานเอง กรรมวิธีขั้นตอนการทำแกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) มีความละเอียดอ่อนในการปรุงรสตามอัตราส่วนที่พอเหมาะกับรสชาติและความชอบ ตามวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาของแต่ละพื้นที่ จนเป็นภูมิปัญญาด้านอาหารของท้องถิ่น แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) มักรับประทานกับผักพื้นบ้านมาเป็นเครื่องเคียงที่รับประทานควบคู่กัน นอกจากนี้ยังรับประทานคู่กับไข่ต้มและข้าวสวยร้อนๆ นิยมทำรับประทานในช่วงฤดูฝน ซึ่งแต่ละชุมชนมีส่วนผสมที่เหมือนและแตกต่างกัน เช่น ขมิ้น ข่า มะพร้าวคั่ว และอัตราส่วนปริมาณการปรุงที่แตกต่างกันบ่งชี้อัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกันด้วย

2. ผลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอกะทู้ จังหวัดสงขลา จำนวน 7 ชุมชน 7 สูตร ได้นำมาศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอกะทู้ จังหวัดสงขลา จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า อาชีพส่วนใหญ่ค้าขาย รายได้ส่วนใหญ่ 5,000–10,000 บาท ร้อยละ 31 ตามลำดับ ซึ่งผลการประเมินการทดสอบการยอมรับและความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) ในพื้นที่อำเภอกะทู้ จังหวัดสงขลา โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทดสอบทางประสาทสัมผัส วิธีการทดสอบที่ใช้คือ 9 - Point Hedonic Scales พบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) สูตร 2 ในทุกคุณลักษณะ โดยมีค่าการยอมรับในระดับปานกลาง นอกจากนี้ ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอกะทู้ จังหวัดสงขลา พบว่า รู้จักผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) ชอบรับประทานแกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) สนใจแกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) เพราะรสชาติ ราคาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) ที่ยอมรับพึงพอใจจะซื้อ ราคา 100–150 บาท รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ ของฟอยด์บรรจุอาหาร และในอนาคตจะซื้อผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) มาบริโภคและซื้อมาบริโภคแน่นอน

3. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) บนฐานภูมิปัญญาเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อำเภอกะทู้ จังหวัดสงขลา จากการสนทนากลุ่มและผลการประเมินความคิดเห็นการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) ได้มีการพัฒนาสูตรร่วมกันทั้ง 7 ชุมชน ซึ่งเป็นสูตรผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) ที่ได้พัฒนาจากสูตรที่ 2 ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จาก 7 ชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุ้มฮือ) ที่ได้รับการยอมรับ โดยมีส่วนผสมดังนี้ กะปิ น้ำกะทิ กระเทียม หัวหอม ตะไคร้ ข่า ขมิ้น พริกชี้ฟ้าแห้ง ส้มแขก น้ำมะขามเปียก น้ำตาลแว่น และน้ำตาลทราย 14.50, 29.00, 5.50, 14.50, 1.50, 1.50, 0.50, 1.50, 0.50, 2.00, 7.00 และ 22.00 ตามลำดับ และผลการวิเคราะห์คุณค่าโภชนาการของ

ผลิตภัณฑ์แกงคั่วเคย (ตุมฮ) พบว่า ขนาดน้ำหนักผลิตภัณฑ์มี 2 ขนาด ได้แก่ ขนาด 70 กรัมต่อซอง สำหรับใส่ซองพอยด์บรรจุอาหาร บรรจุ 3 ซองต่อแพ็ค สามารถแบ่งบริโภคได้ทั้งหมด 2 ครั้ง/ถุงในแต่ละครั้ง และขนาด 220 กรัม บรรจุใส่ขวดพลาสติกพร้อมบรรจุภัณฑ์กล่อง สามารถแบ่งบริโภคได้ทั้งหมด 7 ครั้ง/กระปุกในแต่ละครั้ง

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาในกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเทพา ควรมีการเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างและศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกัน และเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคและผู้จำหน่ายเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาปรุงผลิตภัณฑ์ต่อไป
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานภูมิปัญญาเพื่อให้ได้มาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ เช่น อย. ฮาลาล และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ สถาบันวิทยาลัยชุมชน ที่ได้สนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว) ในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสงขลา ที่ได้มอบโอกาสและเอื้ออำนวยความสะดวก ช่วยเหลือสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยตลอดมา ขอขอบคุณกลุ่มปราชญ์ชุมชนภูมิปัญญาประมงพื้นบ้านในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ที่ให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยเป็นอย่างดี คณะผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- ชูสิทธิ์ คงเรือง และคณะ. (2556). การวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้าน รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 2(3), 56-60.
- ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น สำหรับยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 454-475.
- นิภาพร กุณฑล และคณะ. (2565). การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์และอายุการเก็บรักษาเครื่องแกง: กรณีศึกษาเครื่องแกงผัดเผ็ด (เผ็ดน้อย) กลุ่มแม่บ้านโคกยาง-โคกกุแวง จังหวัดนราธิวาส. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาภาคใต้ ครั้งที่ 7*, (น. 469-478). สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- แพรวพักร ยอดแก้ว. (2565). แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้งในจังหวัดนครปฐม. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14*, (น. 2873-2886). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- พวงแก้ว พรพิพัฒน์. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ :พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 47(4), 6-12.

- วิภาดา มุรินทร์นพมาศ และคณะ. (2566). รายงานผลการดำเนินงานโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงไตปลาแห้งและน้ำพริกแกงไตปลาเจเพื่อส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่ฝัว อ. เมือง จ.ยะลา ปีงบประมาณพ.ศ. 2566. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- สุนีย์ หัตตะเจ. (2566). ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านพระพุทธร. สัมภาษณ์, 24 มีนาคม 2566.
- อิสรา ปวกพรมมา และคณะ. (2564). การพัฒนาเครื่องพริกแกงหม่าล่าสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำซุปรหม่าล่าเข้มข้น. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 16(1), 119-127.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด
จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
Factors Affecting Quality Service Management of Fresh Coffee Shop
Entrepreneurs in Songkhla Province after the Coronavirus Disease 2019
(COVID-19) Crisis

รวีวรรณ พวงสอน^{1*} กาญจนพัฐฐ์ กลับทับลัง²
Rawiwan Pounsorn^{1*}, Karnjanapat Klabtublang²

¹คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

¹⁻²Faculty of Liberal Arts Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding author, e-mail: rawiwan.p@rmutsvmail.com

Received November 7, 2024; Revised March 27, 2025; Accepted March 28, 2025

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 2) ประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา และ 3) เสนอแนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการวิจัยแบบผสม โดยงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดในจังหวัดสงขลา จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน งานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้านกาแฟสด จำนวน 127 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีคุณภาพการจัดการด้านปัจจัยการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านปัจจัยการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ 2) ความพึงพอใจในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการที่ผู้ประกอบการร้านมีนโยบายให้ลูกค้างดสูบบุหรี่ หรือการกระทำอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านระบบ e-payment หรือ หากชำระด้วยเงินสดมีภาชนะรับเงินหรือสวมถุงมือ กำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลาสำหรับผู้ปฏิบัติงาน พื้นที่ให้บริการต้องเป็นลักษณะโล่งและระบายอากาศ มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์

เจลไม่ต่ำกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น และ 3) สำหรับแนวทางการปฏิบัติสำหรับธุรกิจร้านกาแฟสด หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ได้แก่ มาตรการคัดกรองอาการป่วย มาตรการในการป้องกันโรค และมาตรการการทำความสะอาด

คำสำคัญ : กาแฟสด คุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการร้านกาแฟ

Abstract

The purposes of this research were to 1) investigate the service quality management of fresh coffee shop entrepreneurs in Songkhla Province after the coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic, 2) evaluate customer satisfaction with the service and the management, and 3) offer guidelines for managing the service quality after the crisis. The study took a mixed-methods approach, integrating both quantitative and qualitative procedures. The quantitative data was collected by means of questionnaires from 384 customers of the coffee shops. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation. The qualitative data was obtained by means of semi-structured interviews. 127 managers of the fresh coffee shop entrepreneurs were purposefully invited to participate in the interviews. A content analysis was carried out on the interview data. The analysis found that the quality of the management was at a high level and was affected by these factors: responsiveness, understanding, customer recognition, promptness, dependability, and trustworthiness. The customers' satisfaction was also at a high level. The satisfaction was concerned with a non-smoking or similar policy, airborne disease prevention measures, availability of e-payment or measures for cash payment, including a service tray, wearing a glove or a mask, an open-air service area, a cleaning area with soap, or no less than 70% alcohol gel. As for guidelines for managing the service quality after the COVID-19 pandemic, it was recommended to include screening for illness, disease prevention, and cleaning measures.

Keyword: fresh coffee, quality service, coffee shop entrepreneur

บทนำ

ร้านกาแฟเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการตั้งแต่รายเล็กไปจนถึงรายใหญ่ เห็นได้จากรายงานของ Euromonitor ที่แสดงตัวเลขของตลาดร้านกาแฟในประเทศไทยโดยมีมูลค่าสูงถึง 21,220 ล้านบาท ในปี 2560 หรือขยายตัวกว่าร้อยละ 10 เทียบกับปีที่ผ่านมา นอกเหนือจากนี้ ปริมาณการบริโภคกาแฟในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 5-6 โดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2558-2560 รวมถึงปริมาณเมล็ดกาแฟชนิดที่ยังไม่ได้คั่วที่ถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศ ในปี 2560 ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปี 2555

ถึงร้อยละ 93 ในระยะเวลาเพียงแค่ 5 ปี โดยตัวเลขเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงปริมาณการบริโภคกาแฟของชาวไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากปริมาณการบริโภคกาแฟของชาวไทยที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีปัจจัยบางอย่างที่อาจส่งผลให้ตลาดร้านกาแฟ ขยายตัวขึ้น ได้แก่ รายได้และจำนวนชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น โดยอาจมีผลให้ลูกค้ามีอำนาจการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ในส่วนของผู้ประกอบการก็ได้มีการตอบสนองกับจำนวนอุปสงค์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีการเพิ่มจำนวนสาขา ร้านกาแฟที่จะเปิดตัวจากแผนธุรกิจในหลาย ๆ แพรนไชส์ ซึ่งเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 13 ต่อปี โดยปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการคาดการณ์ในเชิงบวกของผู้ประกอบการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ลงทุนในธุรกิจกาแฟในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจร้านกาแฟจะมีแรงสนับสนุนจากทั้งทางฝั่งอุปสงค์และอุปทาน แต่การลงทุนในธุรกิจชนิดนี้ก็ยังคงมีความท้าทายทั้งทางด้านการเงินและทางด้านธุรกิจอยู่ไม่น้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันที่สูงมากในร้านกาแฟกลุ่ม Non Franchise ทำให้ผู้ประกอบการที่สนใจควรที่จะศึกษาและพิจารณาให้รอบคอบถึงโอกาสและความท้าทายต่าง ๆ เพื่อที่จะวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์ในการจัดการด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของธุรกิจร้านกาแฟที่เปลี่ยนแปลงไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) อีกทั้งแนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลาหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการมาใช้บริการ เพื่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

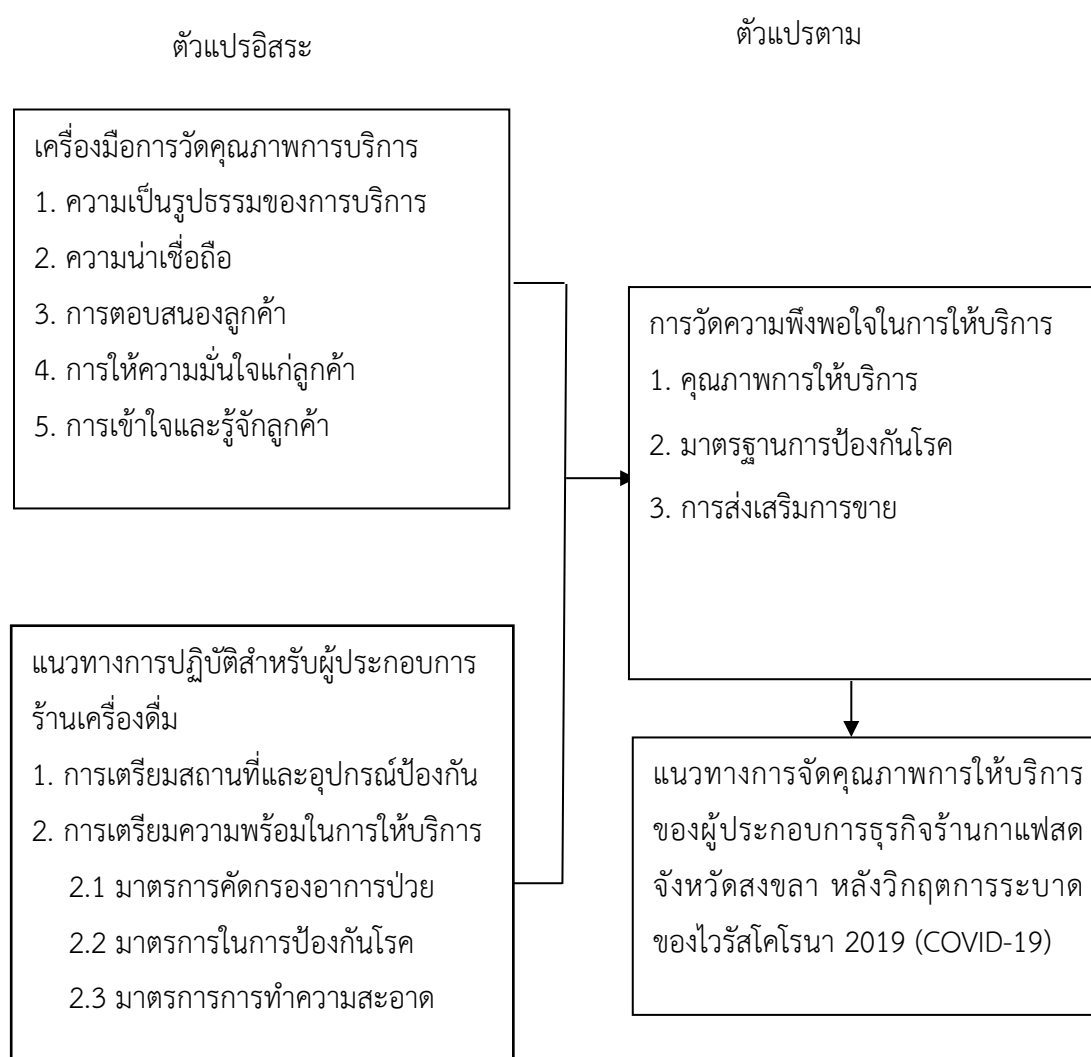
จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภาคใต้ตอนล่าง มีนักลงทุนมาลงทุนทำธุรกิจมากมาย อีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยม คือ ธุรกิจร้านกาแฟสดไม่ว่าจะเป็นรายเล็กหรือรายใหญ่ มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจากสถิติจากเว็บไซต์ Wongnai ที่จัดลำดับร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมของลูกค้า เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ กลุ่มลูกค้าเป็นจำนวนมากที่มีความต้องการใช้บริการจึงทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดได้หลากหลายตามความต้องการ จุดขายของร้านกาแฟสดแต่ละร้านจึงมีความแตกต่างกันไป เช่น ท่าเลที่ตั้งของร้านติดชายหาด บนเนินภูเขา ในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เพื่อเพิ่มบรรยากาศในการดื่มกาแฟสดให้กับลูกค้าที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงต้องหาช่องทางด้านตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นความต้องการและดึงดูดความสนใจจากลูกค้า แต่เนื่องจากสถานการณ์ของโรคระบาด “ไวรัสโคโรนา” หรือ “โควิด-19” จากสถานการณ์ของโรคดังกล่าวทำให้ธุรกิจกาแฟต้องปิดให้บริการชั่วคราว ลูกค้าต้องดำเนินชีวิตประจำวันเปลี่ยนไปจากเดิม จากเมื่อก่อนนั่งดื่มกาแฟที่ร้านก็เปลี่ยนมาชงกาแฟดื่มเอง เพื่อป้องกันตัวเองให้รอดพ้นจากการติดเชื้ออันตรายนี้ และเพื่อหยุดแพร่เชื้อให้บุคคลอื่น หลังจากสถานการณ์โควิด-19 ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างรายได้และเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจร้านกาแฟสดต่อไป

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยสนใจศึกษาแนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ในการจัดคุณภาพการให้บริการและการหาแนวทางการปฏิบัติป้องกันของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและกระตุ้นให้ธุรกิจกาแฟสดในจังหวัดสงขลา มีการขยายตัวมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา
3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลาหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีระดับ 4 ดาวขึ้นไป จำนวน 127 คน โดยใช้การสัมภาษณ์

1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีระดับ 4 ดาวขึ้นไป จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ Wongnai โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดจังหวัดสงขลาที่ ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้วิธีของโคชาร์ล (Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน ซึ่งผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแบ่งเครื่องมือเป็น 2 ส่วน คือ แบบสอบถามใช้กับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ และแบบสัมภาษณ์ใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งมีลำดับต่อไปนี้

2.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด

2.3 เขียนโครงร่างแบบสัมภาษณ์ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ และการจัดคุณภาพการให้บริการและการหาแนวทางการปฏิบัติป้องกันของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

2.4 เขียนโครงร่างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ปัจจัยการจัดคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการ

2.5 แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้ถูกต้องสมบูรณ์

2.6 ติดตามผลและดำเนินการจัดทำแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

2.7 รวบรวมความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม วิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง และใช้วิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และนำข้อมูลที่ได้ประมวลผลเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำมาจัดระบบโดยการแจกแจงด้วยการตีความ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อนำมาสังเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูล

4.2 สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผลการวิจัย

1. การจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าร้านกาแฟสดในสงขลาจำนวนทั้งหมด 384 คน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76 มีอายุระหว่าง 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43 มีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 60 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75 อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 32 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 ใช้บริการร้านกาแฟสดช่วงเวลา 13.01-15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 37 และใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47 จุดประสงค์ของการใช้บริการต้องการดื่มเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 45 สาเหตุที่เลือกใช้บริการ เพราะอยู่ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32 และเลือกดื่มเครื่องดื่มที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 58 เลือกดื่มเครื่องดื่มประเภทเย็น คิดเป็นร้อยละ 91 เครื่องดื่มที่นิยมดื่มจะเป็นโกโก้คิดเป็นร้อยละ 27 และใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ ปัจจัยการตอบสนองต่อผู้รับบริการ รองลงมาคือปัจจัยการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.31$, $\bar{X} = 4.28$, $\bar{X} = 4.27$, $\bar{X} = 4.25$, $\bar{X} = 4.21$)

จากการศึกษา พบว่า สถานที่ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อย มีปัจจัยต่อการให้บริการในด้านการจัดการคุณภาพเป็นรูปธรรมของบริการ ส่วนด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ลูกค้าเห็นว่าพนักงานมีความสุภาพในการให้บริการมีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การบริการเปิด-ปิดร้านเป็นตามที่แจ้งให้ลูกค้าทราบมีผลมากที่สุด ส่วนราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้ในรายการมีผลมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ พบว่า จัดให้มีการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟสดมากที่สุด

ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีดังนี้

1.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ด้านสถานที่ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อย มีการคัดกรองลูกค้าตั้งแต่หน้าร้านโดยใช้เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิ ภายในร้านมีการเว้นระยะห่างของโต๊ะและที่นั่ง และมีพนักงานที่รู้จักการป้องกันตัวเองโดยการใส่หน้ากากและเว้นระยะห่างกับลูกค้า

1.2 ความน่าเชื่อถือของบริการที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ลูกค้าให้ความสำคัญกับราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ระบุไว้อย่างชัดเจนในรายการเมนู เพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้ามีอำนาจในการตัดสินใจซื้อราคาอาหารและเครื่องดื่มที่แตกต่างกัน

1.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อการบริการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความประทับใจแรกของการบริการ พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญและจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไป

1.4 การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าสำหรับการบริการเปิด-ปิดร้านเป็นไปตามที่แจ้งให้ลูกค้าทราบ เป็นสิ่ง
ที่ลูกค้าประทับใจในการใช้บริการ

1.5 การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านระบบ
ออนไลน์ เพราะลดความเสี่ยงในการสัมผัสเงิน และลดการกระจายของเชื้อโรค

2. การประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัด สงขลา

ความพึงพอใจต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา
หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาปัจจัย
รายชื่อ พบว่า ปัจจัยทุกข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ
ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา มีนโยบายของทางร้านให้ลูกค้างดเว้นการสับนุหรี หรือการ
กระทำอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัส
ระหว่างกัน รองลงมาคือการชำระเงิน โดยชำระผ่านระบบ e-payment หรือหากชำระด้วยเงินสดมีภาครับเงิน
หรือสวมถุงมือ กำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลาสำหรับผู้ปฏิบัติงาน พื้นที่
ให้บริการต้องเป็นลักษณะโล่งและระบายอากาศ หากไม่มีพื้นที่ดังกล่าวให้จำหน่ายเพื่อนำกลับไปรับประทานที่
อื่น มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์เจลไม่ต่ำกว่า 70% งดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในสถานที่
จำหน่ายอาหาร การทำความสะอาดด้วยน้ำยาทำความสะอาดหรือผงซักฟอกและฆ่าเชื้อโต๊ะ ที่นั่ง ทันทีก่อน-
หลังใช้บริการ และเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ และระหว่างที่นั่ง รวมถึงระยะห่างระหว่างการเดินทางอย่างน้อย 1
เมตร ควบคุมจำนวนลูกค้ามิให้แออัด หากรับประทานภายในร้านต้องมีระยะห่างระหว่างผู้นั่งรับประทานอย่าง
น้อย 1 เมตร และน้อยที่สุด คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา มีมาตรการคัดกรองอาการ
ป่วย ใช้ ไอ จาม หรือเป็นหวัดสำหรับผู้ประกอบการ พนักงานบริการและลูกค้า โดยการใช้เครื่องตรวจวัด
อุณหภูมิหรือการซักประวัติ

ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา พึงพอใจกับการให้งดเว้นการสับนุหรี หรือการ
ป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน ซึ่งแนวทางการปฏิบัติของ
กระทรวงสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์เจลหรือน้ำยาฆ่า
เชื้อโรค จัดสถานที่ให้มีการระบายอากาศเพียงพอ กรณีร้านอาหารที่ติดเครื่องปรับอากาศ อาจพิจารณาให้มี
ช่องทางระบายอากาศ หรือใช้พัดลมระบายอากาศ และมีการจัดพื้นที่รอคิวรับอาหารแยกจากส่วนนั่ง
รับประทานอาหาร และมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร จัดให้มีระยะห่างระหว่างโต๊ะและระหว่าง
ที่นั่ง รวมถึงระยะห่างระหว่างการเดินทางอย่างน้อย 1 เมตร

3. แนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คือ ร้านกาแฟสดในหลายร้านได้ยื่นขอสัญลักษณ์ความมั่นใจให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็น SHA หรือ SHA Plus เพื่อให้ลูกค้าได้มั่นใจในการให้บริการของทางร้าน เป็นการยกระดับมาตรฐานการความสะอาดหรือความปลอดภัยด้านสุขอนามัย สำหรับการจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์การป้องกันตามมาตรการควบคุมระบบคัดกรองอุณหภูมิร่างกาย การจำกัดจำนวนผู้ให้บริการ การเว้นระยะห่างที่นั่ง รวมถึงการให้บริการเจลหรือแอลกอฮอล์ล้างมือ และการทำความสะอาดฆ่าเชื้อโต๊ะหรือเคาน์เตอร์ที่ลูกค้ามาใช้บริการ การงดเว้นการสูบบุหรี่ และผู้ประกอบการมีมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างเคร่งครัด อีกทั้งมีการส่งเสริมการขาย การเพิ่มช่องทางบริการผ่านแอปพลิเคชันสำหรับการสั่งเครื่องดื่มและอาหารเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า และการบริหารจัดการภายในร้านผ่านช่องสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เฟซบุ๊ก เพจของทางร้าน เป็นต้น สำหรับพนักงานควรมีการจัดการคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความตั้งใจและความพร้อมที่จะให้บริการของพนักงาน คือ การสวมหน้ากากอนามัย หน้ากากผ้า หรือ face shield ให้ถูกต้องขณะให้บริการ การเว้นระยะห่างในการให้บริการแก่ลูกค้า และความเหมาะสมของระยะเวลาให้บริการ เป็นการควบคุมจำนวนลูกค้ามิให้แออัด เพื่อลดความเสี่ยงการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 นอกจากนี้ทางร้านยังมีมาตรการในการจัดการด้านคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

3.1 การเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ป้องกัน เช่น มีพื้นที่ให้บริการและควบคุมจำนวนผู้ให้บริการไม่ให้แออัด มีระยะห่างระหว่างผู้นั่งแต่ละโต๊ะ รวมถึงการทำความสะอาดพื้นที่ โต๊ะ ที่นั่ง

3.2 การปฏิบัติสำหรับการเตรียมความพร้อมในการให้บริการ การมีมาตรการคัดกรองอาการป่วย ร้านกาแฟสดหลายร้านมีการคัดกรองลูกค้าที่ใช้บริการภายในร้าน เช่น การลงทะเบียนเข้า-ออกร้านหรือการสแกนคิวอาร์โค้ด และตรวจวัดอุณหภูมิลูกค้า มาตรการในการป้องกันโรค มีระบบคัดกรองอุณหภูมิร่างกายพนักงานและผู้รับบริการ ให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลาเมื่อให้บริการลูกค้า และบางร้านได้จัดโต๊ะเพื่อรักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากลูกค้าโต๊ะอื่นๆ รวมถึงการรับชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการสัมผัสเงินทั้งธนบัตรและเหรียญ และมาตรการการทำความสะอาด การทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการอย่างครอบคลุม เช่น โต๊ะ ที่นั่ง และเคาน์เตอร์ให้บริการ เมื่อลูกค้าใช้บริการเสร็จจะมีการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อทันทีหลังจากลูกค้ามาใช้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟสด ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก ในส่วนของพนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ มีความรวดเร็ว สะอาดและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิ เหล่าชูชีพ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของพนักงาน พื้นที่ให้บริการและทำเลที่ตั้งส่งผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า คุณภาพการบริการของพนักงานส่งผลต่อความตั้งใจ

เข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ซึ่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่มีความรวดเร็วในการให้บริการ ลำดับต่อมา คือ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง เช่น มาก่อนต้องได้รับก่อน การจัดลำดับขั้นตอนการให้บริการตามที่ประกาศไว้ นอกจากนี้พนักงาน หรือผู้ให้บริการมีความเต็มใจ และความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ รวมถึงความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย และให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม ยิ่งไปกว่านั้นผู้ให้บริการยังให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ ลำดับต่อมาคือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของผู้ให้บริการ การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด และความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุพาวรรณ วรณวณิช (2548) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพบริการ (Service quality) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าให้บริการทันทีทันใดและรวดเร็วฉับไว ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการ ถ้าพนักงานเอาแต่พูดคุยกันเองโดยละเลยความต้องการของลูกค้า แสดงว่า พนักงานยังไม่พร้อมที่จะตอบสนองลูกค้า

นอกจากนี้ในด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการที่ส่งผลการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ระดับมาก พบว่า จัดให้มีการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 กับการเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ ป้องกันโรคซึ่งระบุไว้ว่า อาจพิจารณาให้มีระบบจองคิวออนไลน์หรือจองคิวหน้าร้าน โดยกำหนดเวลาในการเข้าบริการอย่างชัดเจน รวมทั้งการชำระเงินค่าบริการผ่านระบบออนไลน์หรือ QR code ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสกัน อีกทั้งยังเป็นการจัดการมาตรการการป้องกันโรค ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา พละศักดิ์ (2564) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการภาวะวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนเขตเมือง จังหวัดศรีสะเกษ คือ ความตั้งใจต่อการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และการรับรู้ความสามารถของตนในการป้องกันและควบคุมโรค โดยทั้ง 2 ปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนเขตเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ได้ร้อยละ 61.50 ($R^2=0.615$, $SE_{est}=1.952$, $F=29.553$, $p<0.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านของความเป็นรูปธรรมของบริการที่ส่งผลการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ระดับมาก พบว่า สถานที่ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิ เหล่าชูชีพ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของพนักงาน พื้นที่ให้บริการและทำเลที่ตั้งส่งผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า พื้นที่ให้บริการส่งผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ซึ่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก คือ อุปกรณ์และเครื่องมือของร้านมีคุณภาพดีเยี่ยม ถัดมา คือ ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งรอรับบริการ น้ำดื่ม และหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ความชัดเจนของป้าย สัญลักษณ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกจุดให้บริการก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ ต่อมา คือ ความทันสมัย และความ

เพียงพอของอุปกรณ์และเครื่องมือภายในร้าน อีกทั้งความสะอาดของสถานที่ให้บริการยังมีผลต่อภาพลักษณ์และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้น จุดหรือช่องให้บริการควรได้รับการออกแบบให้เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก สุดท้าย อุปกรณ์และเครื่องมือควรมีสำรองหรือมีให้บริการอย่างครบครัน เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแนวคิด Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการ ในการให้บริการลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพ ระบุว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน สภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

ด้านความน่าเชื่อถือของบริการที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ระดับมาก พบว่า ลูกค้าเห็นความสำคัญของราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้ในรายการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2546, น.43) การประเมินคุณภาพการให้บริการการประเมินเป็นกระบวนการหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้น เมื่อต้องมีการตัดสินใจหรือต้องพิจารณาถึงว่า สิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นมีคุณค่าหรือไม่ ซึ่งการประเมินประกอบด้วยการเปรียบเทียบระหว่าง “สิ่งที่เป็นอยู่” กับ “สิ่งที่ควรจะเป็น” และถือว่าการประเมินเปรียบเสมือนแบบฝึกหัดของการวินิจฉัย ตัดสิน การประเมินต้องมีหลักและกระบวนการที่ช่วยให้การตัดสินใจมีความเหมาะสม ถูกต้อง และสอดคล้องกับความเป็นจริง โดยการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ พร้อมกับเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และหาข้อสรุปที่ดีที่สุด เพื่อการบรรลุผลสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งหากราคาตรงตามที่ระบุไว้จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าในการบริการที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา) ของบริการที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ระดับมาก พบว่า ซึ่งแสดงถึงความมีมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของสถานประกอบการ ปัจจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของรวีวรรณ โปยรุ่งโรจน์ (2551) ที่อธิบายถึงองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะในด้านความไว้วางใจได้ (Reliability) ซึ่งหมายถึงความสามารถของผู้ให้บริการในการดำเนินงานให้เป็นไปตามที่กำหนด และให้บริการได้อย่างครบถ้วนตามที่ตกลงกันไว้ ซึ่งการดำเนินงานที่รักษาความตรงต่อเวลา และมีความเสถียรในการให้บริการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ลูกค้าคาดหวังว่าร้านจะเปิด-ปิดตามเวลาที่แจ้งล่วงหน้าเพื่อให้สามารถวางแผนการมาใช้บริการได้อย่างมั่นใจ ซึ่งสะท้อนแนวคิดของรวีวรรณ ที่กล่าวถึง ความสามารถของหน่วยงานและบุคลากรในการให้บริการตามข้อตกลง เช่นเดียวกับกรณีของบริษัทน้ำเต้าหู้ที่ต้องปฏิบัติตามกำหนดการที่ตกลงไว้กับนักท่องเที่ยว การที่ธุรกิจร้านกาแฟสามารถรักษาเวลาให้บริการได้อย่างเคร่งครัดจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพของการให้บริการ

ความพึงพอใจต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแปสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งพบว่า ลูกค้ายึดติดกับการให้ดเว้นการสูบบุหรี่ หรือการกระทำอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย จัดให้มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์เจลหรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรคและสามารถให้บริการได้ทุกวันอย่างเพียงพอ จัดให้มีการระบายอากาศเพียงพอ กรณีร้านอาหารที่ติดเครื่องปรับอากาศ อาจพิจารณาให้มีช่องทางระบายอากาศ หรือใช้พัดลมระบายอากาศ เพื่อการหมุนเวียนอากาศที่เพียงพอเว้นแต่การใช้เครื่องปรับอากาศ จัดพื้นที่รอคิวรับประทานอาหารแยกจากส่วนนั่งรับประทานอาหารและมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร จัดให้มีระยะห่างระหว่างโต๊ะและระหว่างที่นั่ง รวมถึงระยะห่างระหว่างการเดินทางอย่างน้อย 1 เมตร โดยจัดไม่ให้นั่งตรงข้ามกัน ไม่พูดคุยกันหรือหัวเราะเสียงดัง ผู้ประกอบการพิจารณาจัดทำฉากกั้นระหว่างผู้รับประทานอาหาร รวมถึงทำสัญลักษณ์เว้นระยะห่างของจุดบริการ เช่น จุดบริการชำระเงิน จุดบริการสั่งอาหาร และพื้นที่ปรุงอาหารให้มีการแยกภาชนะ อุปกรณ์ปรุง หรือประกอบอาหาร เช่น เขียง มีด ระหว่างอาหารสุกและอาหารดิบ และไม่ปรุงหรือประกอบอาหารใกล้ห้องน้ำ ห้องส้วม ผู้ประกอบการจัดเตรียมภาชนะและอุปกรณ์ในการรับประทานส่วนบุคคลให้กับลูกค้า และไม่ใช้อุปกรณ์ร่วมกัน เช่น เครื่องปรุง เกลือปั่น ซอสปรุงรสต่างๆ เป็นต้น จัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันโรค เช่น หน้ากากอนามัย หรือหน้ากากผ้า หรือ Face Shield ให้พนักงานทุกคน และอาจจัดให้มีกล้องวงจรปิดเพื่อใช้ในการบันทึกภาพการให้และใช้บริการ รวมทั้งการตักเตือนหากผู้บริการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ผู้ประกอบการอาจพิจารณาให้มีระบบจองคิวออนไลน์หรือจองคิวหน้าร้าน โดยกำหนดเวลาในการเข้าบริการอย่างชัดเจน รวมทั้งการชำระเงินค่าบริการผ่านระบบออนไลน์หรือ QR code ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของศศิณา สิมพงษ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 100 เป็นเพศหญิง มีการรับรู้และการสนับสนุนทางสังคมอยู่ในระดับสูงทุกด้าน การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเป็นโรคไวรัสโคโรนา 2019 คิดเป็นร้อยละ 77.65 การรับรู้ความรุนแรงร้อยละ 87.7 การสนับสนุนทางสังคมร้อยละ 96.64 พฤติกรรมการป้องกันโรคร้อยละ 94.97 การสนับสนุนทางสังคมจากผลกระทบโรคไวรัสโคโรนา 2019 มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมในการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .676$, $p < .001$) เมื่อนำตัวแปรที่ศึกษามาวิเคราะห์ด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษามีดังนี้ พฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 รวมอยู่ระหว่าง 56-100 จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน (Mean = 88.76, S.D. = 9.19) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ระดับดี คิดเป็นร้อยละ 94.97 และมีพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.03

สรุปผลการวิจัย

1. การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ดังนี้

1.1 การเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ป้องกันหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

1.1.1 จัดพื้นที่ให้บริการที่ไม่แออัด และมีมาตรการรักษาระยะห่าง

1.1.2 ทำความสะอาดโต๊ะและพื้นที่บริการอย่างสม่ำเสมอ

1.2 มาตรการด้านสุขอนามัยในการให้บริการหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

1.2.1 มาตรการคัดกรองอาการป่วย ได้แก่ คัดกรองลูกค้าโดยการลงทะเบียนเข้า-ออก ตรวจวัดอุณหภูมิ และรณรงค์ให้ลูกค้าปฏิบัติตามมาตรการป้องกันอย่างเคร่งครัด เป็นต้น

1.2.2 มาตรการป้องกันโรค ได้แก่ ให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา จัดโต๊ะให้มีระยะห่างที่เหมาะสม และสนับสนุนการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดการสัมผัสเงินสด เป็นต้น

1.2.3 มาตรการทำความสะอาด ได้แก่ ทำความสะอาดพื้นที่ โต๊ะ และเคาน์เตอร์บริการทันทีหลังการใช้งาน เป็นต้น

2. การวัดความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารแฟสด จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยการให้บริการอย่างทันเวลาเป็นปัจจัยที่ลูกค้าพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารแฟสด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานรับรายการเครื่องดื่ม-อาหารด้วยความรวดเร็ว เพราะความรวดเร็วเป็นความเต็มใจให้บริการของพนักงานที่จะช่วยเหลือลูกค้าเพื่อไม่ให้ลูกค้ารอคิวนาน รวมถึงการที่พนักงานรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย และกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแฟสดควรจัดให้มีการอบรมพนักงานในการให้บริการ เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานอย่างเป็นมาตรฐาน

3. แนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแฟสด จังหวัดสงขลา มีการปรับตัวหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

3.1 ร้านควรขอรับรองมาตรฐาน SHA หรือ SHA Plus เพื่อสร้างความเชื่อมั่น

3.2 ควรจัดมาตรการคัดกรอง การจำกัดจำนวนลูกค้า และการให้บริการเจลแอลกอฮอล์

3.3 หลีกเลี่ยงการกระทำที่อาจส่งผลต่อการแพร่กระจายของเชื้อโรค เช่น การสูบบุหรี่ในพื้นที่ร้าน

3.4 เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก หรือแอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้ออาหารและเครื่องดื่ม

3.5 พนักงานต้องรักษามาตรฐานด้านสุขอนามัย เช่น การสวมหน้ากากอนามัย และการให้บริการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาด

การดำเนินมาตรการเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแฟสดในจังหวัดสงขลาในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดในจังหวัดสงขลา สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า โดยเน้นมาตรการด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน เพื่อส่งเสริมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติม นอกจากนี้ ร้านควรพัฒนาเมนูใหม่ ๆ และจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟสดสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยด้วยความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณรายได้ประจำปี พ.ศ. 2564 และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- ปัญญา พลศักดิ์. (2564). รูปแบบการจัดการภาวะวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตเมืองจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพ*, 14(2), 78-92.
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. (2546). *คู่มือปฏิบัติวิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า*. กรุงเทพฯ: ปีเตอร์บุ๊คส์.
- ยุพพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรีนติ้ง เฮาส์.
- ศศิณา สิมพงษ์. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยราชธานี. *วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(2), 148-158.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *ธุรกิจร้านกาแฟบริหารอย่างไรให้รุ่ง*. สืบค้น 2565, ตุลาคม 15, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Coffee-Shop-Management.pdf>
- อิทธิ เหล่าชูชีพ. (2563). *คุณภาพการบริการของพนักงาน พื้นที่ให้บริการและทำเลที่ตั้งส่งผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่*. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- Cochran, W.G. (1977). *A Model of Statistics*. Boston: McGraw – Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41 -50.

การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

Development of Guidelines to Promote Sustainable Community-based Tourism (CBT)

ชุดา วิมุกตายน^{1*}

Chuda Wimuktayon^{1*}

¹สาขาวิชาวิธีวิทยาการวิจัยและประเมิน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Program in Research and Evaluation Methodology, Faculty of Education, Kasetsart University

*Corresponding author, e-mail: chuda.wimuk@gmail.com

Received November 6, 2024; Revised March 27, 2025; Accepted March 28, 2025

บทคัดย่อ

ประเทศไทยพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก ปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบเดิมที่มุ่งเน้นปริมาณโดยไม่คำนึงถึงความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ ก่อให้เกิดปัญหาสังคม ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของคนในชุมชน สวนกระแสการท่องเที่ยวโลกที่ก้าวไปสู่การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและยั่งยืน การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนด้วยการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยผลของความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น จะส่งผลให้ชุมชนมีอาชีพและมีรายได้อย่างต่อเนื่อง ปราศจากการทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการก้าวไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างแท้จริง บทความนี้ต้องการชี้ให้เห็นว่า หากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนก็ต้องสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจกับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่คุณภาพชีวิต ความสุขของคนในชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

คำสำคัญ: การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบเน้นคุณค่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เศรษฐกิจชุมชน

Abstract

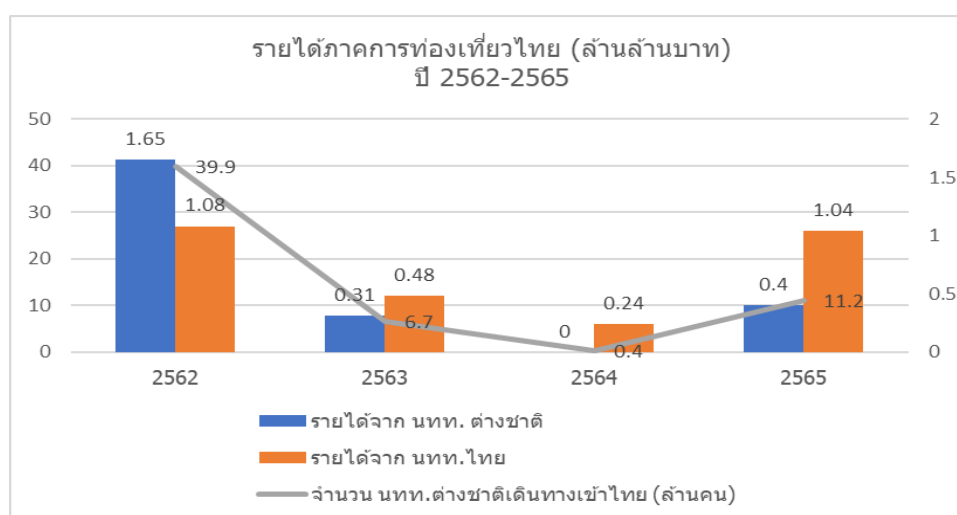
Thailand has long relied on tourism revenue. Traditional tourism, which is volume-oriented and without consideration of the degradation of existing tourism resources, has caused social problems. It is not what the community wants, and it is against the global trend that is moving towards value-oriented and sustainable tourism. A way to develop sustainable community-based tourism is need. It should be responsible to the environment and protect the natural resources. Such development in tourism management with the

community's collaboration will bring everlasting jobs and income, and the environment will not be destroyed. This kind of development will lead to true success in sustainable tourism. It is important to point out in this article that to develop sustainable tourism, a balance among the economy, resources, and environment must be established so that it can increase the quality of life and happiness of the community, tourists, and visitors.

Keywords: community-based tourism, CBT, tourism ecosystem development, tourism destination development

บทนำ

ตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดในโลก การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาและการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางแห่งใหม่ ๆ อย่างมาก ปรากฏการณ์นี้ส่งผลให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนความก้าวหน้าทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ปัจจุบันมูลค่าทางธุรกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีขนาดเทียบเท่าการส่งออกน้ำมัน ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือยานยนต์ (UN Tourism, 2024) ประเทศที่กำลังพัฒนาต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญมาก โดยปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีการตั้งเป้าหมายรายได้จากภาคการท่องเที่ยวไว้สูงถึง 3.5 ล้านล้านบาท เทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวของปี พ.ศ. 2562 (ก่อนโควิด-19) ที่ 2.7 ล้านล้านบาท และ 1.5 ล้านล้านบาท ของปี พ.ศ. 2565 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)



ภาพที่ 1 รายได้ภาคการท่องเที่ยวไทย (ล้านล้านบาท) ปี 2562-2565
(ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

ผลกระทบเชิงบวกของการท่องเที่ยวต่อความเป็นอยู่ที่ดีทางเศรษฐกิจของประเทศ ขึ้นอยู่กับคุณภาพและรายได้ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ส่วนผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยวไทย อาทิเช่น ชุมชนไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ธรรมชาติที่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากมนุษย์ การเสื่อมโทรมของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่การมาของ COVID-19 ทำให้การท่องเที่ยวไทยได้โอกาสในการคิดใหม่สร้างภาพใหม่ จุดยืนใหม่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้เบนเข็มไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้แก่ชุมชนด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม (UNDP Accelerator Lab Thailand) ซึ่งสอดคล้องกับภูมิทัศน์การท่องเที่ยวโลก ที่มีแนวโน้มก้าวไปในทิศทางของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ๆ โดยในประเทศไทยมีหลายท้องถิ่นที่อยู่ภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ในอีกหลายจังหวัด หลายพื้นที่ที่ยังไม่มีแนวทาง หรือยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมในเวลานี้ จึงนำมาสู่คำถามว่า ท้องถิ่นและชุมชนที่อยู่นอกพื้นที่พิเศษในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีเศรษฐกิจชุมชนที่ดีและมีความยั่งยืน โดยไม่ต้องรอการช่วยเหลือสนับสนุนจากภาครัฐได้หรือไม่ จะพัฒนาไปในแนวทางใด มีหน้าตาเป็นอย่างไร

ยุทธศาสตร์ และแผนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

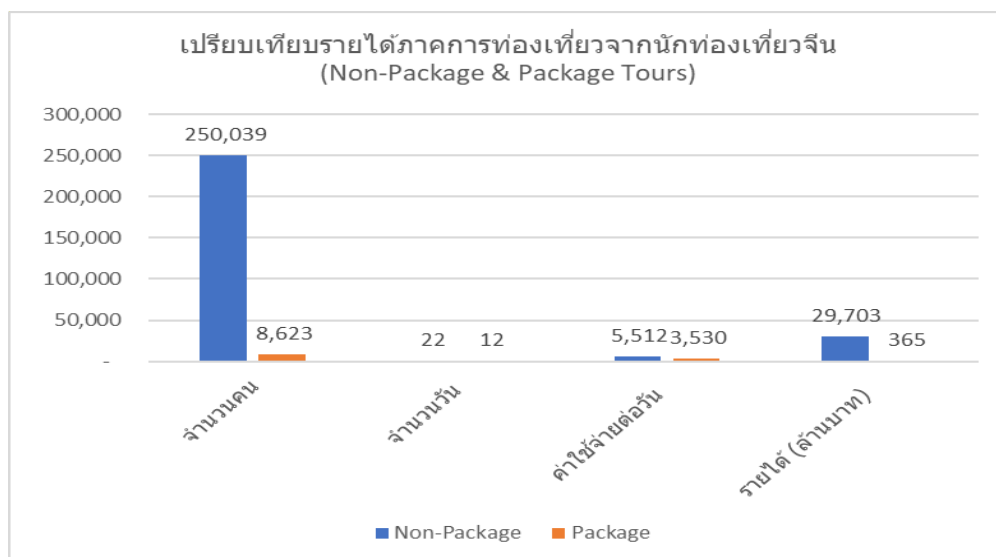
แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เกิดขึ้นมาในสมัยอดีตนายกรัฐมนตรีประยุทธ์ จันทร์โอชา ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ มีประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวโดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยมุ่งเน้นที่สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง และพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมูลค่าสูง โดยยังสามารถรักษาอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทยไว้ได้ ในขณะเดียวกันก็ต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจ และความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีนี้เพียงแค่ฉายภาพการท่องเที่ยวของไทยในอุดมคติ แต่ทิศทางและแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทยยังมีความท้าทายอยู่อีกมาก ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการพื้นที่ โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการที่ยังขาดแคลน และปัญหาการจัดการขยะจากการท่องเที่ยว เป็นต้น จากการประเมินโครงสร้างพื้นฐานและข้อเสนอด้านการท่องเที่ยว ดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางท่องเที่ยว (TTDI) ปี 2024 จัดทำโดยสภาเศรษฐกิจโลก (WEF) ผลการจัดอันดับพบว่า สหรัฐอเมริกาอยู่อันดับ 1 ประเทศไทยอยู่อันดับ 47 โดยตัวชี้วัดที่ไทยได้คะแนนต่ำสุด คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการทางการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ส่วนญี่ปุ่นอยู่อันดับ 3 จีนอันดับ 8 และเกาหลีใต้อันดับ 14

สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว	นโยบายและเงื่อนไขที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว	โครงสร้างพื้นฐาน	ปัจจัยผลักดันอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว	ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเดินทาง
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ความสำคัญของการท่องเที่ยวเดินทาง	การคมนาคมขนส่งทางอากาศ	ทรัพยากรธรรมชาติ	ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
ความมั่นคง/ปลอดภัย	นโยบายการเปิดประเทศ	การขนส่งทางน้ำและทางบก	ทรัพยากรวัฒนธรรม	ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและสังคม
สุขภาพและสุขอนามัย	ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา	โครงสร้างพื้นฐานด้านบริการท่องเที่ยว	ทรัพยากรที่ไม่ใช่เพื่อการพักผ่อน	ความยั่งยืนด้านอุปสงค์

ภาพที่ 2 ดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางท่องเที่ยว (TTDI) ปี 2024

(ที่มา: Travel & Tourism Development Index, 2024; Insight Report, May 2024, 2567)

แผนแม่บทที่อยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ก็ยังมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ประเด็นที่ 5 ที่อ้างว่า ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก ด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ โดยการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านชนบทธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมไว้ได้ ซึ่งแผนแม่บทฯ ดังกล่าวก็ยังมีแผนย่อยที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และการพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ภายใต้แผนแม่บทดังกล่าว ยังคงไม่เห็นภาพการท่องเที่ยวที่เน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ และการพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยวมากนัก ยังคงขาดการพัฒนาแบบบูรณาการทั้งระบบ แม้จะมีแนวทางและการพัฒนาในพื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดย อพท. ในหลายจังหวัด แต่กระนั้นการท่องเที่ยวไทยก็ยังคงหวังรายได้จากนักท่องเที่ยว เช่น จีน อินเดีย เป็นหลัก แต่ที่น่ากังวลอย่างยิ่ง คือ กลุ่มทุนจีนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เข้ามาลงทุนในระบบนิเวศของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่มีการเตรียมพร้อมเพื่อรับนักท่องเที่ยวจีนในลักษณะแพ็คเกจทัวร์ (Package Tour) อย่างพร้อมสรรพ ทั้งระบบการขนส่ง การเดินทางจากสนามบินสู่ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดตั้งขึ้นมาโดยเฉพาะ ระบบการจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันของประเทศตนเอง เสริมด้วยการสนับสนุนของรัฐที่อนุญาตงดเว้นวีซ่าถาวรให้กับนักท่องเที่ยวจีน ทำให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างมาก และใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย แต่รายได้จากการท่องเที่ยวนั้นอาจกระจายสู่คนในท้องถิ่นเพียงเล็กน้อย จึงยังไม่อาจมองได้ว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเน้นคุณค่าที่จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวไทยแต่อย่างใด (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), (2563)).



ภาพที่ 3 เปรียบเทียบรายได้ภาคการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวจีน
(Package & Non-Package Tours)
(ที่มา: ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) กำหนดให้ “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วม” โดยมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมความเข้มแข็ง ยืดหยุ่น ยั่งยืน และมีส่วนร่วม เพื่อมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่า บนพื้นฐานของการบูรณาการเชื่อมโยงทุกภาคส่วน ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา คือ เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism) ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience) และส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของประเทศไทย โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) โดยเป้าหมายของการพัฒนา “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” Community-based Tourism (CBT) มุ่งเน้นความอยู่ดีกินดีของชุมชน บนฐานคิดสังคมดี เศรษฐกิจชุมชนดี และสิ่งแวดล้อมดี โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน (UNDP Accelerator Lab Thailand) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ **แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 (CBT Thailand)** เพื่อพัฒนา 5 ด้าน คือ พัฒนาทุนมนุษย์ เพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น สร้างสมดุลทางการตลาด เสริมสร้างความเข้มแข็งเครือข่าย และความสุขของชุมชนและนักท่องเที่ยว และมีเครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือที่เรียกว่า CBT Thailand ซึ่งอ้างอิงมาจาก Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) ใช้เป็นแนวทางในการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใน 6 ด้าน คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการเศรษฐกิจสังคมและคุณภาพ

ชีวิตที่ดี การอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม อย่างเป็นระบบและยั่งยืน การสร้างคุณภาพการบริการท่องเที่ยวและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาด และการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น “ได้รับการคาดหวังให้นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งมวลด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียะในขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณาภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต” สอดคล้องกับปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ และคณะ (2549) กล่าวว่า แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแนวความคิดที่ประนีประนอมระหว่างกลุ่มที่นิยมการพัฒนากับกลุ่มที่นิยมสิ่งแวดล้อม ทั้งโลกที่ร่ำรวยและโลกที่ยากจนต่างก็มีความพึงพอใจในแนวคิดนี้ เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ทำให้การพัฒนาและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ไปด้วยกันได้ กล่าวคือ เป็นแนวคิดที่ไม่ได้ปฏิเสธความเจริญก้าวหน้า และมองว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่จำเป็น และสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องมีการทำลายสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการท่องเที่ยวมีเป้าหมายที่สำคัญในการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยคำนึงถึงความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยเน้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นแนวคิดการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงปัจจัยความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับแนวคิดการอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์การระดับโลกอย่าง World Tourism Organization: WTO และ Pacific Asia Travel Association: PATA ได้พัฒนาแนวทางการบริการที่สอดคล้องกับการจัดการทรัพยากรท้องถิ่น โดยยึดหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ตาม Agenda 21 ซึ่งครอบคลุมมิติต่าง ๆ เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม การอนุรักษ์วัฒนธรรม การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้ยังเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน และการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียม เพื่อสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่าย โดยมีหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ จะต้องมีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอเหมาะ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นได้อย่างยั่งยืน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย (United Nations, 2022)

ดังนั้น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงมีจุดเน้นที่ต้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ ในระยะเวลายาวนานจนถึงชั่วลูกชั่วหลาน มิใช่เพียงเพื่อคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ลดปริมาณของเสียที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้าร่วมในการจัดการและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงาน ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการวางแผนงาน การจัดสรรงบประมาณ และการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม และมีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนออกไปในหมู่ประชาชนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง (กรมการท่องเที่ยว, 2563)

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในอดีตยังไม่มีคำจำกัดความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นเอกฉันท์ แต่ที่แน่นอน คือ มีชุมชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับ อพท. ได้ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” ไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาผ่านการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการจัดการทรัพยากรภูมิปัญญาอันทรงคุณค่า สร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นำไปสู่คุณภาพชีวิต ความสุขของคนในชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน โดยประเทศไทยได้มีการดำเนินการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยในปีดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เข้ามาเป็นกระแสใหม่และกระแสใหญ่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยด้วยการผลักดันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในขณะที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) เริ่มก่อตัวขึ้นเติบโตคู่ขนานไปกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา

การท่องเที่ยวชุมชนเกิดขึ้นจากความต้องการพัฒนาศักยภาพชุมชนโดยมีภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยมีภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดวางแผน ร่วมบริหารจัดการ ร่วมปฏิบัติ ร่วมแก้ไขปัญหา และร่วมรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน อพท. กำหนดนโยบายและแนวคิดหลักในการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน อาทิ พัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้มีคุณภาพและสามารถเป็นต้นแบบการเรียนรู้ทั้งในและต่างประเทศ มีการท่องเที่ยวชุมชนโดยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นบนพื้นฐานอัตลักษณ์ชุมชน เสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนและทุกระดับ ส่งเสริมการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสร้างชุมชนแห่งความสุขที่ยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของสินธุ์ สโรบล (2546) ที่เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกที่ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการจัดการ ก่อตั้งขึ้นจากแนวคิดที่ว่า ผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นเป็นเจ้าของทรัพยากรของตน และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวซึ่งใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น อาทิ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี หรือแม้กระทั่งวิถีชีวิต ที่นำมาเป็นทรัพย์สินหลักในการจัดการการท่องเที่ยว ต้องมีการเสริมสร้างขีดความสามารถภายในชุมชน ทำให้สมาชิกสามารถมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินการ และ

การประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของพื้นที่ เป้าหมายคือ การสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมสำหรับพื้นที่ท้องถิ่น ในขณะเดียวกันก็รับประกันการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนสำหรับคนรุ่นต่อไปในอนาคต

สถานการณ์ปัจจุบันและปัญหาของการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทย

ประเทศต่าง ๆ ในโลก รวมถึงประเทศไทยมีจัดการท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเป็นฐานมานาน การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐานดังกล่าว มีคนในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ย่อมเกิดปัญหาในการบริหารจัดการขึ้นไม่มากก็น้อย โดยลักษณะปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีความคล้ายคลึงกัน อาทิ ปัญหานักท่องเที่ยวล้นเกินในบางที่ ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาขยะปนเปื้อนเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านการจัดการขยะมูลฝอยจากการท่องเที่ยว ปัญหาความยากจน ปัญหาการจ้างงานหรือแรงงานราคาถูกแต่ค่าครองชีพสูง รวมถึงปัญหาการขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการ ปัญหาการขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัญหาของการท่องเที่ยวที่เน้นชุมชนเป็นฐานยังเกิดขึ้นต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน แต่เป็นที่ยอมรับกันว่าการท่องเที่ยวโดยเน้นชุมชนเป็นฐานสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นได้หากมีการบริหารจัดการที่ดี

ประเทศไทยแม้จะมีความพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมูลค่าสูง แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวยังคงเป็นกลุ่มท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) โดยเป็นผลมาจากการเติบโตของสายการบินราคาประหยัด การเปิดเสรีตลาดท่องเที่ยวในอาเซียน และปัญหาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของไทยเอง ที่มีกลุ่มเน้นผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ขาดการดูแลทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม โดยมักไม่ค่อยคำนึงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว จึงทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวหลักของไทยยังคงเป็นตลาดกลุ่มท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) อาทิ ตลาดนักท่องเที่ยวจีน มุสลิม รัสเซีย และจากประเทศอาเซียน แม้ประเทศไทยจะมีความพยายามในการพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่สร้างรายได้มากขึ้น แต่ผลลัพธ์ยังไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง (กมลมาลย์ แจ้งล้อม, 2565)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

จากกระแสการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกำลังได้รับความนิยมทั่วโลก นำไปสู่การปรับเปลี่ยนในทุกภาคส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้ประกอบการท่องเที่ยวซึ่งได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์ ที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาหารเชิงสุขภาพจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีความเป็นออร์แกนิก เป็นต้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงต้องสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยที่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน องค์ประกอบที่สำคัญของเศรษฐกิจท้องถิ่น คือ จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของชุมชน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพชีวิต การอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการสร้างคุณภาพการบริการและความปลอดภัย นอกจากนี้ ยังมีเงื่อนไขของความสำเร็จ คือ คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมกำหนดและบริหารจัดการตามหลักการ “โดยชุมชน

เพื่อชุมชน” ผู้นำชุมชนที่มีภาวะผู้นำ ชุมชนมีทุนทางสังคม และได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (อัญชลี ศรีเกตุ และ ปิยะนุช เงินคล้าย, 2564)

ปัจจุบัน ผู้คนมีความต้องการสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นมากขึ้น สังเกตได้จากนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เลือกจัดการการเดินทางด้วยตนเอง ตั้งแต่การหาข้อมูลจุดหมายปลายทาง เปรียบเทียบตัวเลือกการเดินทาง การจองที่พัก และวางแผนกิจกรรม นักท่องเที่ยวหลายคนไม่ได้ต้องการเพียงแค่ท่องเที่ยวทั่วไป แต่สนใจการท่องเที่ยวเฉพาะทางมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวที่เน้นสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (ศุภารมย์ ประสาทแก้ว, 2565) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายด้าน อาทิ การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านอาหารโดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) อาทิ การท่องเที่ยวแบบ Food Tour มีวัตถุประสงค์นำเดินชมเพื่อลิ้มลองอาหารชนิดต่าง ๆ ในสถานที่ต่าง ๆ หรือการท่องเที่ยวแบบ Cooking Vacation คือ การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเรียนรู้และลงมือปฏิบัติในการทำอาหารด้วยตนเองโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น (Anekphunsuk, 2017 อ้างถึงใน ศุภารมย์ ประสาทแก้ว, 2565)

กรณีศึกษาการท่องเที่ยวชุมชนที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยและในต่างประเทศ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนและแนวคิดการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีเป้าหมายการพัฒนาที่ใกล้เคียงกัน การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงถือได้ว่าเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และสามารถต่อยอดแนวคิดการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จ ควรศึกษาจากโครงการนำร่องที่ประสบความสำเร็จมาก่อน หรือที่เคยประสบความสำเร็จมากเกินไปจนเกิดปัญหา เพื่อกรณีศึกษาในการถอดบทเรียน

1. กรณีศึกษา ชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี หนึ่งในชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน อพท. เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตการทำเกษตรเป็นหลัก โดยเฉพาะการทำสวนมะพร้าว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดให้แก่นักท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวัน อาทิ ปั่นจักรยานชมวิถีชาวสวนมะพร้าว เรียนรู้การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว เช่น การทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน การทำขนมทองม้วน ขนมทองพับ ที่โดดเด่นจากกะทิที่ได้จากสวนมะพร้าวในชุมชน การช้อปปิ้งอาหารพื้นบ้านดั้งเดิม เช่น แกงกะหล่ำมะพร้าว ที่หารับประทานได้ยาก พิพิธภัณฑ์บ้านร้อยเสา (ต้นเสาบ้านหนึ่งร้อยต้น) จัดแสดงของใช้ในครัวเรือนโบราณ เป็นศูนย์การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว

ความสำเร็จของชุมชนเป็นผลมาจากการร่วมค้นหาตัวตน และชูจุดเด่นของชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ของตนเอง มีคณะกรรมการบริหารจัดการที่แบ่งแยกหน้าที่ชัดเจน มีการจัดแบ่งรายได้อย่างเป็นธรรมระหว่างสมาชิก และเงินรายได้ส่วนหนึ่งจะถูกจัดสรรให้กับการพัฒนาชุมชนและกองทุนการดำเนินงานของชุมชน ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกตัวหนึ่ง คือ จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้นของชุมชนตะเคียนเตี้ยเพิ่มขึ้นตลอด 3 ปี โดยมีสิ่งบ่งชี้ 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจชุมชนที่ดีขึ้นโดยชุมชนมีความพึงพอใจด้านรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี การรักษาสภาพแวดล้อมและสาธารณสุขสมบัติ ด้านนักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการ

ท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม อัยาศัยไมตรีการต้อนรับ สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ของชุมชน (อัญชลี ศรีเกตุ และ ปิยะนุช เงินคล้าย, 2564)

2. กรณีศึกษา ชุมชนริมน้ำจันทบุรี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จันทบุรีเป็นจังหวัดเมืองรองในภาคตะวันออก มีชุมชนริมน้ำจันทบุรีเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวของจังหวัด ชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีระยะทางยาวประมาณ 1 กิโลเมตร เมื่อเดินทางเข้ามาภายในชุมชนจะสอดคล้องกับความดั้งเดิมของสถาปัตยกรรมอายุมากกว่า 100 ปี ตลอดแนวถนนมีบ้านเก่าสไตล์จีนชิโน-โปรตุกีส และตึกสถาปัตยกรรมแบบยุโรปผสมจีนต่างๆ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการติดต่อค้าขายกับต่างชาติในสมัยรัชกาลที่ 5 นอกจากความดั้งเดิมของบ้านเรือน และสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ ภายในชุมชนยังมีภาพวาดบนกำแพง (Street Art) ที่ผสมผสานวัฒนธรรมประชานิยม (Pop Culture) เข้ากับความเรียบง่ายของชุมชนแบบลงตัว นอกจากนั้นยังมีวัดแม่พระปฏิสนธินิรมล ซึ่งเป็นโบสถ์คริสต์นิกายโรมันคาทอลิกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย บรรยากาศภายนอกและภายในเงียบสงบ โดยแต่เดิมมีการตัดยอดปลายสูงออกเพื่อหลีกเลี่ยงเป็นเป้าโจมตีทางอากาศในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ต่อมาภายหลังได้มีการต่อเติมยอดแหลมและการตกแต่งทำให้กลับมาสวยงามอีกครั้ง อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยความสำเร็จของชุมชนจันทบุรี คือ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมดั้งเดิมแปลกตา ผสมกับการสร้างสรรค์งานศิลปะบนกำแพงที่ผู้คนทั่วไปเข้าถึงได้ง่าย ในขณะที่คนในท้องถิ่นก็ยังคงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม จึงเกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ได้รับความนิยม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

3. กรณีศึกษา ชุมชนบ้านซากแก้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี หนึ่งในชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน อพท. เป็นชุมชนคนจีนเก่าแก่กว่า 200 ปี ที่คงวิถีชีวิตแบบคนไทยเชื้อสายจีนโบราณสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน ตำบลห้วยใหญ่ได้ถูกเลือกเป็นพื้นที่ภายใต้การพัฒนาพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง เนื่องจากโดดเด่นเชิงพื้นที่ เรื่องราวความเป็นมา โครงสร้างและลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชน ตลอดจนอัตลักษณ์และคุณค่าเฉพาะ ทำให้ชุมชนบ้านซากแก้วถูกพัฒนามาจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทมรดกที่มีชีวิตและพิพิธภัณฑสถานที่มีชีวิต ด้วยเอกลักษณ์ของชุมชนและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น สำนักแห่งถิ่นกำเนิดซึ่งเป็นรากฐานของวัฒนธรรม ชุมชนบ้านซากแก้วเป็นถนนสายท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมแบบคลาสสิก เช่น เรือนแถวไม้ ประตูปานเฟี้ยมโบราณ นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมอาหาร ประเพณี และความเชื่อที่ผสมผสานระหว่างไทยและจีน จนเกิดเป็น "ถนนคนเดินตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว" หรือ "Pattaya Old Town Street" ซึ่งเป็นตลาดนัดทุกวันเสาร์ มาจนถึงปัจจุบัน (YANG YAJUN, 2560).

4. กรณีศึกษา การท่องเที่ยวชุมชนในต่างประเทศ เทือกเขาโอรากิ เม้าท์คูก เนชันแนลพาร์ก (Aoraki-Mount Cook National Park) ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศนิวซีแลนด์มีประชากร 4 ล้านคน มีการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลัก สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยี่ยมชมเยือนประมาณ 2-3 ล้านคน ต่อปี ความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวของนิวซีแลนด์มาจากการรักษาความปลอดภัย การดูแลสิ่งแวดล้อม และภูมิประเทศที่สวยงามตามธรรมชาติ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวในนิวซีแลนด์ได้รับการยกย่องว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รัฐบาลนิวซีแลนด์กำหนดให้ร้อยละ 30 ของพื้นที่เป็นอุทยานแห่งชาติ และใช้สโลแกน "100% Pure New Zealand" เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว นิวซีแลนด์นำเสนอทางเลือกการเดินทางที่

หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขับรถเที่ยวชมวิวเป็นที่นิยมมากที่สุด แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนิวซีแลนด์เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชาวเมารีซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น มีการวางแผนแบบบูรณาการที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ระบบนิเวศ และกระตุ้นให้ภาคธุรกิจหันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

5. กรณีศึกษา การท่องเที่ยวชุมชนในต่างประเทศ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศสิงคโปร์ได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองน่าเที่ยว (City State) อันดับสองรองจากประเทศญี่ปุ่น สำหรับประเทศสิงคโปร์แล้วนั้น ปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่ได้อยู่ที่การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่อยู่ที่การจัดลำดับความสำคัญของคุณภาพชีวิตของพลเมือง ดังคำกล่าวที่ว่า “ถนนสะอาด พุฒบาทใหญ่ รถไฟทั่วถึง” เป็นคุณสมบัติหลักของประเทศสิงคโปร์ที่ได้มอบประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่นสำหรับพลเมืองและนักท่องเที่ยวทุกคน สอดคล้องกับเทรนด์การท่องเที่ยวแบบการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มากกว่าการเดินทางแบบหมู่คณะ (Tour Group) โครงสร้างพื้นฐานด้านบริการนี้ไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่สร้างขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเดินทางจากการวางแผนเมืองและการออกแบบบริการที่ดี จากเดิมที่ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” มักเป็นที่เข้าใจกันว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การเยี่ยมชมสถานที่ทางธรรมชาติ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ประเทศสิงคโปร์กลับมองว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่สร้างสมดุลระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยไม่ทำให้ใครเสียเปรียบ การขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ โครงสร้างพื้นฐานที่ดีเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยว แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศสิงคโปร์จึงผสมผสานเข้ากับชีวิตประจำวันของพลเมืองได้อย่างราบรื่น แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่คุณภาพชีวิตของประชาชนก็ยังคงไม่ได้รับผลกระทบ (Thailand Policy Lab, 2564)

6. กรณีศึกษา การท่องเที่ยวชุมชนในต่างประเทศ เมืองบาร์เซโลนา และกรุงมาดริด ประเทศสเปน ในปี พ.ศ. 2560 เทศบาลเมืองบาร์เซโลนา (Barcelona) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชากรในเมืองในรอบครึ่งปี ว่า “อะไรทำให้คุณเครียดมากที่สุดในเมืองนี้” ร้อยละ 19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุว่า “ปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นข้อกังวลที่สูงกว่าปัญหาการว่างงาน มลพิษ หรือการทุจริตคอร์รัปชันเสียอีก ความไม่พอใจที่เพิ่มขึ้นนี้เกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 และในที่สุดก็กระตุ้นให้กลุ่มคนในท้องถิ่นเปิดตัวแคมเปญ “Barceloneta Says Enough” การรณรงค์เรียกร้องให้มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ไม่ยั่งยืนและไม่เป็นมิตรกับคนในท้องถิ่น สถานการณ์ที่คล้ายคลึงกันสามารถเห็นได้ในกรุงมาดริด (Madrid) เมืองหลวงของประเทศสเปน ที่ซึ่งมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวกันอย่างล้นเกิน การหลั่งไหลเข้ามานี้ทำให้ที่อยู่อาศัยและค่าครองชีพมีราคาถีบตัวสูงขึ้น โรงแรมใหม่ผุดขึ้นในใจกลางชุมชน และปัจจุบันมีบ้านและอสังหาริมทรัพย์ว่างเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว สิ่งนี้ทำให้ราคาเช่าสูงขึ้นทำให้คนในท้องถิ่นไม่สามารถจ่ายได้ บังคับให้พวกเขาย้ายไปอยู่ชานเมืองและเดินทางไปทำงานในเมือง แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะสร้างรายได้จำนวนมาก แต่ก็ต้องแลกกับความเป็นอยู่ที่ดีของ

ประชากรในท้องถิ่น สิ่งนี้ก่อให้เกิดความท้าทายที่สำคัญสำหรับรัฐบาล ซึ่งต้องหาสมดุลระหว่างการสนับสนุนการท่องเที่ยวและการปกป้องคุณภาพชีวิตของประชาชน

สรุป

การท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม แนวทางการพัฒนาควรเป็น การบูรณาการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเน้นคุณค่า เสริมสร้างศักยภาพชุมชน ด้วยการพัฒนา ทุนมนุษย์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ทรัพยากรในท้องถิ่น และสร้างความสมดุลทางการตลาด โดยยึดหลักการความ รับผิดชอบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลาดการท่องเที่ยวแบบเน้นคุณค่านี้ สามารถประยุกต์ใช้กับ การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ดี และยังมีพื้นที่ให้เติบโตอยู่อีกมาก แม้ว่าอาจจะสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยว มวลชนบางส่วน แต่สิ่งที่ได้รับกลับคืนมา คือ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2563). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Tourism Economic Review)*. สืบค้น 2567, ตุลาคม 22, จาก <https://elibrary.tceb.or.th/>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน*. สืบค้น 2567, ตุลาคม 22, จาก <https://www.mots.go.th/>
- กมลมาลย์ แจ้งล้อม. (2565). *Tourism value added : การสร้างมูลค่าให้ภาคการท่องเที่ยวไทยเมื่อทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวไม่เหมือนเดิม*. สืบค้น 2567, ตุลาคม 15, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/tourism-travel-231222>.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, กาญจนา แก้วเทพ, และกนกศักดิ์ แก้วเทพ. (2549). *วิถีใหม่แห่งการพัฒนา: วิถีวิทยา ศึกษาสังคมไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภารมย์ ประสาทแก้ว. (2565). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวด้านอาหาร ผ่านกระบวนการเรียน การสอนทำอาหารไทยเพื่อการท่องเที่ยว. *วารสารไทยคดีศึกษา*, 19(1), 109-136.
- สินธุ์ สโรบล. (2546). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ*. เชียงใหม่ : โครงการวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2563). *การยกระดับ การท่องเที่ยวมูลค่าสูงบนพื้นฐานวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ*. สืบค้น 2567, ตุลาคม 25, จาก <https://www.nstda.or.th/>.
- อัญชลี ศรีเกตุ และ ปิยะนุช เงินคล้าย. (2564). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคตะวันออก ของประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(1), 250-262.
- Thailand Policy Lab. (2564). *สร้างชาติด้วยการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไทยอยู่ตรงไหนบนเวทีโลก*. สืบค้น 2567, ตุลาคม 12, จาก <https://thailandpolicylab.com/>.

UN Tourism. (2024). *Tourism-data/un-tourism-tracker*. สืบค้น 2567, ตุลาคม 15, จาก <https://www.unwto.org/>.

United Nations. (2022). *Sustainable Development Goals Knowledge Platform*. สืบค้น 2567, ตุลาคม 20, จาก <https://sustainabledevelopment.un.org/outcomedocuments/agenda21>.

YANG YAJUN. (2560). *ชุมชนบ้านชาวกะเหรี่ยง: การฟื้นฟูและการดำรงอยู่ (พ.ศ. 2552-2558)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, สาขาวิชาไทยศึกษา.