

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: ABTC/SSPNT/00013

ชื่อโครงการ: รูปแบบการมีส่วนร่วมและแผนการตลาดของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาโหนด-นา-เล อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

ชื่อนักวิจัย: อูมาพร มุณีแนม และพูนทรัพย์ ศรีชู

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และ

ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านท่าหิน ต.ท่าหินและเครือข่ายชุมชนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

E-mail Address: umaporn.m@psu.ac.th; poonsuplom@thaimail.com

ระยะเวลาโครงการ: 1 มกราคม 2551-10 เมษายน 2552

การศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมและแผนการตลาดของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาโหนด-นา-เล อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน การเรียนรู้ และอุปสรรค ภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวชุมชนโหนด-นา-เล 2) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวชุมชนโหนด-นา-เล 3) เพื่อศึกษาแผนการตลาดเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวชุมชนโหนด-นา-เล และ 4) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมแผนการตลาดเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวชุมชนโหนด-นา-เล

วิธีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้คือ 1) การทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีโหนด-นา-เล จำนวน 80 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากแกนนำเครือข่ายและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีโหนด-นา-เลจำนวน 20 คน 3) การจัดกระบวนการกลุ่มจำนวน 4 ครั้ง จากสมาชิกแกนนำเครือข่าย และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว

โดยชุมชนวิถีไหนด-นา-เลจำนวน 30, 7, 7 และ 35 คน ตามลำดับ 4) การทดลองจัดกิจกรรมนำเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวตัวอย่างจำนวน 45 คน และ 5) การสังเกตการณ์ตลอดการวิจัย และใช้วิธีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร การบันทึกภาพ และการบันทึกวีดิทัศน์ในวิธีวิจัยข้อที่ 3-5 ทั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลพุทธิภูมิกับการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพกับการสัมภาษณ์เชิงลึก การหาความถี่กับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การบรรยายเชิงพรรณนา กับข้อมูลที่ได้จากการจัดกระบวนการกลุ่ม การทดลองนำเที่ยว และการสังเกตการณ์ รวมไปถึงการนำข้อมูลที่ได้จากทุกแหล่งมาวิเคราะห์แบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อหาความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวไหนด-นา-เล ประกอบไปด้วยรูปแบบ 3 รูปแบบใหญ่ๆ 1) การมีส่วนร่วมแบบมีโครงสร้าง อันได้แก่ การมีส่วนร่วมแบบบน-ล่าง, ล่าง-บน, และแบบคนกลาง 2) การมีส่วนร่วมโดยชุมชนตามรูปแบบของ Tosun ได้แก่ การมีส่วนร่วมแบบสั่งการ การมีส่วนร่วมโดยธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมโดยการชักจูง 3) การมีส่วนร่วมในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้วยเทคนิคการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วม เช่น การอบรม และการดูงาน การมีส่วนร่วมที่แบ่งตามกระบวนการมีส่วนร่วม และการมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การค้นหาสาเหตุของปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ การปฏิบัติงาน การใช้ผลประโยชน์ การรับผลประโยชน์ และการประเมินผลงาน นอกจากนี้ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากสมาชิกเครือข่ายจำนวน 80 คน พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบสั่งการ วัดได้จากการรับรู้ข้อมูลมากที่สุด (96.2%) รองลงมาคือการมีส่วนร่วมการมีส่วนร่วมโดยธรรมชาติ วัดได้จากการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ (85.5%) และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (68.8%) เป็นอันดับที่ 3 และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่อยู่ในลำดับสุดท้าย

จากรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนดังกล่าวข้างต้น ก่อให้เกิดการเรียนรู้ต่างๆ รวมถึงประสบกับอุปสรรคในการมีส่วนร่วม ซึ่งค้นพบว่า ประชาชนเกิดการเรียนรู้อันเนื่องมาจากการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่หลากหลาย กล่าวคือ จากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 74 คน เกิดการเรียนรู้ในการได้รับความรู้ (92.5%) มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เกิดความสามัคคี การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม และการเพิ่มพูนทักษะเป็นจำนวนที่เท่ากัน (81.2%) รวมไปถึงการได้ประสบการณ์ใหม่ๆ (80.0%) ในลำดับที่ 3 นอกจากนี้ จากการ

สัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เกิดการเรียนรู้ในหลากหลายประเด็นที่มีลักษณะ เช่นเดียวกันกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งสามารถจัดกลุ่มได้เป็นการเรียนรู้ใน 3 กลุ่มคือ 1) การเรียนรู้ด้านความรู้ เช่น การได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรในท้องถิ่น, การได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ, การได้พบปะผู้คน 2) การเรียนรู้ด้านอารมณ์ เช่น ความตระหนักการมองเห็นคุณค่าในทรัพยากรท้องถิ่น และ 3) การเรียนรู้ด้านความชำนาญ เช่น การเรียนรู้ในการปรับปรุงแก้ไข, การเรียนรู้การทำงานกับผู้อื่น, และการกำหนดวิสัยทัศน์ในการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 30 คน พบว่าอุปสรรคในการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนประกอบด้วย 13 อุปสรรค โดยอุปสรรค 3 ลำดับแรกได้แก่ 1) อุปสรรคส่วนตัว เช่น การไม่มีเวลา ร้อยละ 37.5 การลืม และการมีภาระกิจที่จะต้องทำอย่างอื่นก่อนในจำนวนที่เท่ากัน ร้อยละ 11.2 2) อุปสรรคด้านการบริหารจัดการ เช่น อุปสรรคในการไม่มีสิทธิ์มีเสียงในการแสดงความคิดเห็น ร้อยละ 12.5 สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า อุปสรรคของการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือ 1) อุปสรรคด้านปัจจัยพื้นฐาน เช่น เพศ ความรู้ ความไม่กล้า ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ตำแหน่งที่ดำรงอยู่ ความไม่พร้อม และงบประมาณ 2) อุปสรรคด้านการบริหารจัดการ เช่น การจำกัดจำนวนผู้เข้าร่วม การที่มีตัวแทนดำเนินการอยู่แล้ว การขาดการติดต่อประสานงาน และการขาดความต่อเนื่อง 3) อุปสรรคด้านแนวคิด เช่น การไม่เห็นความสำคัญ และการเห็นแก่ประโยชน์เรื่องเงินเป็นที่ตั้ง

จากการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมสมองในการพัฒนาแผนการตลาดของวิถีไหนด-นา-เล จึงประกอบไปด้วย 4 แผนด้วยกันคือ 1) แผนพัฒนาองค์กร ด้วยการปรับโครงสร้างองค์กร และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 2) แผนพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อความหมาย 3) แผนด้านการเงิน และ 4) แผนการตลาดในการส่งเสริมแผนการตลาดด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขายต่างๆ และการขายตรง ทั้งนี้ แนวทางการส่งเสริมแผนการตลาด 4 แผนข้างต้น ได้รับการส่งเสริมภายใต้พื้นฐานของความสำคัญเร่งด่วน ความเป็นไปได้ มีค่าใช้จ่ายน้อย/หรือไม่มีเลย ชุมชนมีความเต็มใจและยินดีในการดำเนินการได้ด้วยตนเอง และลดการพึ่งพาจากภายนอก รวมไปถึงการอยู่ภายใต้กรอบระยะเวลา 1 ปี (2552)

ผลการศึกษาพบข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีไหนด-นา-เล ใน 3 แนวทางคือ 1) ชุมชนต้องมีพื้นฐานที่เข้มแข็งในการมีส่วนร่วมด้วยตัวของตนเอง ซึ่งเป็นพื้นฐานรูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ชุมชนควรมีรูปแบบการมีส่วนร่วมแบบคนกลางโดยมีผู้ประสานงานการดำเนินงานกับ

หน่วยงานภายนอกและ 3) ชุมชนอาจขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกได้ตามความต้องการที่เหมาะสม เช่น ความช่วยเหลือเพื่อการจัดการด้านการตลาด เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากชุมชนไม่สามารถจัดการในทุกๆ เรื่องได้ด้วยตนเองได้ทั้งหมด การได้รับความช่วยเหลือจากผู้มีประสบการณ์จะเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชนเข้มแข็งและสามารถจัดการการท่องเที่ยวประเภทนี้ได้ดียิ่งขึ้น

คำหลัก: รูปแบบการมีส่วนร่วม, แผนการตลาด, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, โหนด-นา-เล, อำเภอสติงพระ, จังหวัดสงขลา

ABSTRACT

Project Code: ABTC/SSPNT/00013

Project Title: Participation Model and Community-Based Tourism Marketing Plan of Palm, Paddy and Sea, Sathing Phra District, Songkhla Province, Thailand

Investigators: Muneenam, U. and Srichoo, P.

Prince of Songkla University;

THA HIN Conservative Tourism Association, Tha Hin Sub-District and

Songkhla Lake Basin Restoration & Development Community Network

E-mail Address: umaporn.m@psu.ac.th; poonsuplom@thaimail.com

Project Duration: 1 January 2008-10 April 2009

The study of the participation model and the community-based tourism marketing plan for Palm, Paddy and Sea in the Sathing Phra District, Songkhla Province, Thailand aimed to, (a) study public participation models, public learning and the barriers against public participation in the community-based tourism of the Palm, Paddy and Sea contexts, (b) recommend public participation improvements for the community-based tourism of Palm, Paddy and Sea context, (c) design community-based tourism marketing plans for the Palm, Paddy and Sea contexts and, (iv) promote the community-based tourism marketing plans for the Palm, Paddy and Sea contexts.

The research methods in this study are, (a) literature reviews from the relevant documents and research, (b) 80 structured interviews from the members of the Palm, Paddy and Sea community-based tourism groups and 20 in-depth interviews from the leaders and related organisations/persons, (c) four group discussions of 30, 7, 7 and

35 participants among the members, leaders and related organisations/persons, (d) pilot study of 45 traveling tourists, (e) observations by taking notes, digital camera and motion camera recordings of the methods from (c) to (e). Secondary data analysed the literature reviews, qualitative data techniques analysed the data from the in-depth interviews, frequencies analysed the data from the structured interviews and narration analysed the data from the group discussion, the pilot study and the observations. Subsequently, all data were triangulated.

Results found that the public had participated in community-based tourism in three models. These were, (a) a structured model (Bottom-up; Top-down; Intermediate approaches), (b) Tosun's typology of a community participation model (Coercive, Induced, Spontaneous Participation) and, (c) others. These were: a participation process development techniques model, such as a training and field study; a participation process model and a step participation model (cause of problem finding, planning, decision making, practicing, using, benefit sharing and evaluating). Moreover, the results showed that, firstly, the top three participation models of the people from the structured interviews participated the most in coercive participation. This was measured by perceiving information (96.2 per cent). Secondly, people participated in spontaneous participation, measured by practicing participation (85.5 per cent) and decision-making participation (68.8 per cent), while evaluation participation had the least participation.

Furthermore, from the participation models above, it was found that the public learned many things. The top three items learned by the 74 respondents from the structured interviews were, (a) gaining knowledge (92.5 per cent), (b) learning unity, increasing awareness in local culture and environmental conservation, and improving skills had the same level (81.2 per cent) and (c) gaining new experiences (80.0 per cent). The in-depth interviews respondents learned similar things to the respondents from the structured interviews. These could be sorted into three groups, (a) the cognitive learning domain, such as, gaining local resources knowledge, gaining new

experiences and meeting new people, (b) the affective learning domain, such as, increasing awareness in the local resources values and, (c) the kinesthetic learning domain, such as, learning how to improve, learning to work with others, learning how to address tourism vision etc. In addition, 30 respondents from the structured interviews revealed that the top three barriers to participation in community-based tourism were, (a) personal factors such as, no time (37.5 per cent) — forgot and duty priority had the same level (11.2 per cent), (b) administrative factors, such as, no right to share ideas (12.5 per cent). However, the in-depth interviewees said that the barriers to participation in community-based tourism were, (a) fundamental factors, such as, gender, knowledge, courage, length of membership, present position, not ready and budget, (b) administrative factors, such as, limited participant numbers, representative, non-cooperation, discontinue and, (c) stereotype factors, such as, not interested and money first.

The market plan designed from the four times of group discussions was composed of four plans, (a) a re-organisation plan for re-organising the community-based tourism group and continuously working on tourism activity, (b) an interpreter development plan, (c) a budget plan and, (d) a marketing promotion plan for advertising, public relations, sales promotions and personal selling. These marketing plans were designed based on the priorities of the problem, the possibility of implementation, few or no expenses, the willingness of the community-based management, self-support and time-base framed.

Consequently, to improve public participation in the community-based tourism of Palm, Paddy and Sea context, the community should, (a) strongly participate within the community that is the basis of the community-based tourism, (b) vary their participation by having a coordinator working with outsiders and, (c) the community might ask for help from outsiders at the right time, such as for marketing plan help. The community cannot manage everything by themselves; thus, assistance from highly experienced

persons/outsiders would strengthen the abilities of the community in community-based tourism management.

Keyword: participation model, marketing plan, community-based tourism, Palm-Paddy-Sea, Sathing Phra District, Songkhla