

รูปแบบการจัดการการตลาดที่เหมาะสม โดยเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต.ห้วยปูลิง กรณีศึกษา จอบะ อีโคเทรค

อาศรี นีโย, จารุพงษ์ กอแก้ว และ นางสาวสุพร กอแจ

บทคัดย่อ

บทบาทจอบะ อีโคเทรค คือ เป็นบริษัททัวร์ทางเลือกในจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ไม่หวังผลกำไรสูงสุดเป็นตัวเงิน แต่เน้นงานพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบการจัดการโดยชุมชน และโยงถึงการสร้างความเข้มแข็งในการจัดการทรัพยากร การสนับสนุนงาน CBT ด้านการตลาดเพื่อชุมชน และเป็นตุ๊กตาให้บริษัททัวร์ในแม่ฮ่องสอนได้คำนึงถึงการเคารพในกติกา และการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะ บ้านห้วยฮี้ ซึ่งถือเป็นพื้นที่นำร่องของการทำ CBT เป็นงานประชาสัมพันธ์สื่อเชิงบวกซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายหลักของชุมชน ในรูปแบบใหม่และได้เนรร่วมในการสร้างความเข้าใจในประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับชาวบ้านจากนโยบายของภาครัฐ ทำหน้าที่สื่อภาคประชาชนได้อย่างภาคภูมิ

อย่างไรก็ตาม ข้อด้อยซึ่งทำให้เกิดข้อจำกัดในการทำงานก็มีอยู่มากเช่นกัน เพราะงานโดยรูปแบบของจอบะ อีโคเทรคเป็นเรื่องใหม่ซึ่งขาดต่อการเข้าใจของทุกคน อีกทั้งทุนที่เป็นเงินบริหรน้อยไป ทำให้สภาพคล่องในการบริหารจัดการไม่มี มีค่าใช้จ่ายสูง รายได้ต่ำ เนื่องจากไม่มีทุนในการลงทุนเรื่องรถ และ โกดี้ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการมีทุนต่อยอด และกำไร ในการบริหารจัดการ แต่ชุมชนก็แสดงความสนใจ หากมีโอกาสที่จะได้เรียนรู้เรื่องการตลาด ซึ่งเป็นอีกกระบวนการหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยว จึงเกิดคำถามขึ้นว่า ชุมชนมี ศักยภาพเพียงพอหรือไม่ ที่จะทดลองทำเรื่องการตลาด ชุมชนจะต้องมีรูปแบบเครือข่ายของตนเองในรูปแบบใด เพื่อที่จะจัดการตลาด โดยชุมชนเอง และชุมชนสามารถทำเองได้ทั้งหมดหรือไม่ อย่างไร ซึ่งผลจากการศึกษาทำให้ได้ข้อสรุปในเบื้องต้นต่อแผนพัฒนาการจัดการด้านตลาดของชุมชนเครือข่าย ดังนี้

1. แผนการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยว 4 หมู่บ้านเพื่อให้สามารถเป็นศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว และให้มีบทบาทในการเป็นศูนย์แลกเปลี่ยนเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวระหว่าง 4 หมู่บ้าน, เป็นศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว 4 หมู่บ้าน, เป็นศูนย์ที่แสดงกิจกรรมวัฒนธรรมของคนปากาเกอญอ, เป็นศูนย์เพื่อประสานงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวของ 4 หมู่บ้าน โดย

2. แผนด้านการพัฒนาข้อมูลภายในศูนย์ฯ ได้แก่ 1)ข้อมูลแผนที่ การท่องเที่ยวแต่ละหมู่บ้าน และที่เชื่อมโยง 4 หมู่บ้าน 2)ข้อมูลวัฒนธรรมของชุมชนประเพณีวิถีชีวิตเช่นการข้อมผ้าสีธรรมชาติ ประเพณีมัดมือ เป็นต้น 3)ปฏิทินวิถีชีวิต การเพาะปลูก การตีเหล็ก เป็นต้น 4)ข้อมูลกิจกรรมชุมชน ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการป่าชุมชน 5)กฎระเบียบหมู่บ้าน/การจัดการ

ท่องเที่ยว 6)ทำเนียบข้อมูลบริษัททัวร์ หน่วยงานองค์กรที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและการตลาด ชื่อที่อยู่ ที่ติดต่อ

3. แผนการจัดทำข้อมูลเพื่อนำเสนอบริษัททัวร์/หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ 1)ข้อมูลโปรแกรมทัวร์ของแต่ละหมู่บ้าน ระยะเวลา เส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยว ตามฤดูกาล 2)เงื่อนไข กฎระเบียบของชุมชนเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยว 4 หมู่บ้าน 3)ข้อมูลเผยแพร่วัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชาวปกากะญอห้วยปูลิง และ ผลิตภัณฑ์/สินค้าชุมชน 4)รูปแบบวิธีการประสานงานการติดต่อกับชุมชน

โดยมีประเด็นการศึกษาและพัฒนาแนวทางการจัดการที่เหมาะสมต่อไป ได้แก่ 1)รูปแบบโครงสร้างการบริหารจัดการศูนย์ฯ 2)บทบาทของศูนย์และคณะทำงาน 3)แนวทางการจัดทำข้อมูลที่จะนำเสนอ

4. แผนด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ได้แก่ 1)การพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารภาษา 2)ทักษะในการผลิตสื่อ การบันทึก การถ่ายรูป 3)ทักษะ ความรู้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ สินค้าชุมชน 4)ทักษะในการเป็นวิทยากรชุมชน การถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นพื้นที่แหล่งเรียนรู้ การจัดฝึกอบรม ศึกษาดูงานในด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5. แผนด้านการนำเสนอและแลกเปลี่ยนบทเรียนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเครือข่าย

จากข้อจำกัดในกระบวนการดำเนินงานที่มีปัจจัยแวดล้อมสำคัญหลายประการทำให้ผลการศึกษาภายใต้ระยะเวลาดำเนินงาน โครงการยังไม่สามารถสรุปผลที่ชี้คำตอบได้อย่างชัดเจนว่ารูปแบบการจัดการตลาดที่เหมาะสมของชุมชนเป็นอย่างไร แต่ก็ได้มีข้อเสนอต่อแนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาไปสู่แนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของชุมชนเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวในระยะต่อไป