

แนวทางการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด

Guideline for The Tourism Systems Development of Ban Nam Chieo, Trat Province

ประวิทย์ ภูพันธ์ตระกูล¹, บูรณ์พิภพ โพธิ์สิงห์²,
อธิป จันทรสुरีย์³, และเฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว⁴
Prawit Phuphantrakul¹, Boonpipop Phosing²,
Athip Jansuri³ and Chalermkiat Fuangkaew⁴

^{1,2,3,4} หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
^{1,2,3,4} Master of Arts in Hospitality and Tourism Management
^{1,2,3,4} มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
^{1,2,3,4} Kasem Bundit University, Bangkok.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระบบการท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก ระบบการท่องเที่ยว 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนจำนวน 18 คน และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) การศึกษาระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ในด้านความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นชุมชนซึ่งมีวิถีชีวิตวัฒนธรรม 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น ด้านการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป้าหมายให้ความสนใจในวิถีชีวิตของชุมชน ด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ต้องมีการวางแผน การจัดการอย่างเป็นระบบบนฐานวิถีชีวิตของชุมชน ด้านการตลาดการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์

จากนักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบแข่งขันประเพณีการเดินทางท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ 2) ศึกษา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก ด้านความต้องการของตลาด นักท่องเที่ยว ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นชุมชนซึ่งมีวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นด้านการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า สามารถเดินทางท่องเที่ยวมายังชุมชนได้หลายช่องทาง ด้านการตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบแข่งขันประเพณีการเดินทางท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ ด้านจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต เทศกาล และงานประเพณี 3) แนวทางการพัฒนาระบบการท่องเที่ยว ระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอาจมีการศึกษา ความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐควรมีการพัฒนาระบบคมนาคม และระบบโครงสร้างพื้นฐาน และอาจร่วมมือกันจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนที่มีความเชื่อมโยง และปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ : แนวทาง, การพัฒนา, ระบบการท่องเที่ยว

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the tourism system. 2) to study and analyze the internal and external environment of the tourism system. and 3) to propose guidelines for tourism system development in Nam Chiew Community, Trat province. The study was quantitative research; the data were collected through in-depth interviews by using a semi-structured interview consisting of 18 government officials, entrepreneurs, and the community and using content analysis methods. The findings indicated that 1) a study of the tourism system of Nam Chiew Community, Trat province was found that the needs of the tourist market in Nam Chiao Community had a community with a lifestyle which are two religions and three cultures with outstanding of identity. The travels that tourists were interested in lifestyle in the community. The demand side of tourism, tourist resources, tourism activities, and facilities with services, shall be planned in systematic management based on community' lifestyle. The tourism marketing was publicity from tourists who like to share their travel experiences through online media. 2) The internal and external in an environment of the tourism system was found that Nam Chiew Community was a community of unique cultural lifestyle. The travel was found that there were many ways to travel to the area. The tourism marketing was found the tourist loves to share their travel experiences online. The destination was found that Nam Chiew Community had tourism resources in natures, culture, art, lifestyle, festivals, and traditions. 3) tourism system development guidelines, in Nam Chiew Community, Trat province was found that the stakeholders may apply to study the needs of tourists. The transportation system and infrastructures should be developing by the government sector. In this case, may cooperate to manage tourism sites within the degraded community and to improve the surrounding landscape of tourist attractions.

Keywords : guideline, development, tourism system

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2562 รัฐบาลยังคงมีความไว้วางใจให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ถึงท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยให้น้ำหนักไปยังเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง พร้อมกับกำหนดเป้าหมายชัดเจนให้ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรอง และความมุ่งมั่นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ต้องการมีส่วนร่วมอย่างสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ควบคู่กับการพัฒนาประเทศ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) โดยการนำเสนอทุนทางธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศ ที่มีคุณค่ามาพัฒนาต่อยอดในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวเป็นศาสตร์บูรณาการในรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและเป็นการบูรณาการปรากฏการณ์ในระบบของการท่องเที่ยวกับความรู้ หลักการแนวคิด ทฤษฎีจากศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ทั้งด้านสังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี มาเป็นศาสตร์แบบสหวิทยาการ ประกอบด้วยทฤษฎีและองค์ความรู้เฉพาะทางของการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดความต้องการเดินทาง การบริโภค การใช้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างมีคุณภาพมาตรฐาน การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่เข้าใจจิตวิทยาการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี องค์ความรู้การท่องเที่ยวแบบบูรณาการมุ่งเน้นการตอบสนองการเคลื่อนตัวของนักท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว ตั้งแต่ออกเดินทางจนกลับสู่ที่อยู่อาศัยปกติ จึงเป็นการบูรณาการเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand and Supply) อย่างสมดุลทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโตสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ (ฉลองศรี พิมพ์มพงค์, 2550)

ระบบการท่องเที่ยว จึงเป็นภาพสะท้อนถึงการอธิบายที่เกี่ยวกับความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไว้เข้าด้วยกันโดยไม่มองแบบแยกส่วน อีกทั้งยังสามารถนำมาอธิบายกระบวนการพัฒนา การบริหารจัดการในส่วนต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน (วาริษฐ์ มัยยมบุรุษ, 2560) โดยองค์ประกอบของระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยว 2) ภาครัฐ 3) ภาคเอกชน 4) ชุมชนท้องถิ่น และ 5) ทรัพยากรท่องเที่ยว ดังนั้น ระบบ

การท่องเที่ยว จึงหมายถึง องค์กร กลไก และกระบวนการที่ทำให้อุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยวมาพบกัน (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ, 2556) ทั้งนี้ระบบการท่องเที่ยวยังเป็นรูปแบบความสัมพันธ์กับสภาพสังคมไว้ว่าการรวมกันของประวัติศาสตร์กับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ผู้มาเยือนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพึงพอใจในพื้นที่ท่องเที่ยวก็จะกลับมาเที่ยวซ้ำสำหรับส่วนของเจ้าของพื้นที่ (Mill and Morrison, 2002) โดยชุมชนมีส่วนสำคัญในระบบการท่องเที่ยวโดยเป็นเจ้าของ และเป็นผู้ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสมดุลของการหมุนเวียนในระบบการท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ชุมชนเชิงวิถีชีวิตวัฒนธรรม 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม ที่มีชาวมุสลิม ชาวมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีน อาศัยอยู่ร่วมกันมานับร้อยปี และเป็นชุมชนซึ่งได้รับรางวัล OVC (OTOP Village Champion) ที่ได้รับการสนับสนุนจากกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย รวมถึงรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยดีเด่นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว มีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ติดทะเล มีป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีคลองขนาดใหญ่ไหลผ่าน นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งกลุ่มดำเนินการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและท่องเที่ยว ควบคู่กับการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี และมรดกทางภูมิปัญญาชาวบ้านของบรรพบุรุษด้วย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้ผลักดันให้การท่องเที่ยวของบ้านน้ำเชี่ยวเป็นหนึ่งในพื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยว เน้นการบริหารจัดการเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพร้อมกับหวงแหนวิถีชีวิตดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์ และเน้นการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตอย่างแท้จริง (ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลน้ำเชี่ยว, 2554)

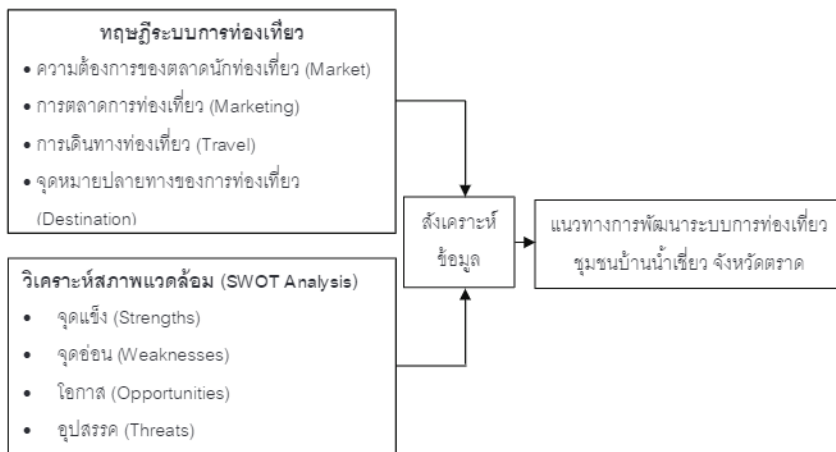
จากความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และระบบการท่องเที่ยวที่มีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการที่มีระบบ และต้นทุนทางด้านทรัพยากรของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สำคัญ ทั้งนี้จึงมีความสำคัญในการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด เพื่อเป็นแนวทางแนวทางการพัฒนา

ระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชน ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560–2564 และส่งเสริมการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้ามพลาด Plus ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรอง ภายใต้ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ในส่วนของกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่จากกลยุทธ์การพัฒนา 5 กลยุทธ์หลัก นอกจากนี้ ประเด็นกลยุทธ์การพัฒนารายสาขาเพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด
2. เพื่อศึกษา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก (SWOT Analysis) ระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด

กรอบแนวคิดการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดการวิจัย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก กำหนดผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informant) (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จำนวน 6 คน ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขนส่ง และธุรกิจสินค้าที่ระลึก และกลุ่มที่ 3 ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด จำนวน 8 คน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลจะต้องเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องข้องด้านการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structures Interview) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูล ทั้ง 3 กลุ่ม โดยมีประเด็นคำถามดังนี้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริบทของการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด และข้อเสนอแนะอื่น ๆ และนำผลการวิเคราะห์มาตอบวัตถุประสงค์และหาข้อสรุปของงานวิจัย ก่อนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาข้อคำถาม จำนวน 3 ท่าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ น่าเชื่อถือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการจำแนกประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางที่กำหนดไว้ โดยใช้ ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล และพื้นที่สำรวจ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการสนทนา จากกลุ่มผู้นำด้านต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Method Triangulation) เป็นการใช้หลาย ๆ วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธี สัมภาษณ์ บันทึกเสียง และจดบันทึก แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันความสอดคล้องกัน

ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้สรุปผล การวิจัยตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. การศึกษาระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด การศึกษาระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎี ระบบการท่องเที่ยวของ Mill & Morrison (1985) ประกอบด้วย ความต้องการของตลาด นักท่องเที่ยว (Market) การตลาดการท่องเที่ยว (Marketing) การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) และอุปสงค์ของการท่องเที่ยว (Destination) ซึ่งได้ผลการวิจัย ดังนี้

1.1 ความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว (Market) พบว่า ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นชุมชนซึ่งมีวิถีชีวิตวัฒนธรรม 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม ที่มีชาวพุทธ ชาวมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีนที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น นับเป็นจุดแข็งที่สำคัญของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรม การได้มีโอกาสเฝ้ามองวิถีชีวิตประจำวันหรือกิจกรรมทั่วไปของชุมชนที่ไปเยี่ยมไปเยือนและมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ

1.2 การตลาดการท่องเที่ยว (Marketing) พบว่า ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงเกิดการประชาสัมพันธ์จากนักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบแป้นประสพการณ์การเดินทางท่องเที่ยวจากชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะดำเนินการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ กระทั่งข้อความ เป็นต้น ทั้งนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ซึ่งได้ผลักดันให้การท่องเที่ยวของบ้านน้ำเชี่ยวเป็นหนึ่งในพื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้าง และพื้นที่เชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยว เน้นการบริหารจัดการเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมกับทวงแหวนวิถีชีวิตดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์ และเน้นการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตอย่างแท้จริง

1.3 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) พบว่า 1) นักท่องเที่ยวเป้าหมาย นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว มักให้ความสนใจในวิถีชีวิตของชุมชน โดยเฉพาะวิถีชีวิต 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชาวประมงที่อาศัยอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างสมดุล ทั้งยังดำเนินการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการจัดการท่องเที่ยวควบคู่กับการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี และมรดกทางภูมิปัญญาชาวบ้านของชุมชน 2) รูปแบบการเดินทาง การเดินทางไปชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวสามารถเดินทางโดยใช้ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 3148 อยู่ห่างจากตัวจังหวัดตราด ประมาณ 8 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพฯ 323 กิโลเมตร การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จากกรุงเทพฯ ระยะทางประมาณ 328 กิโลเมตร ใช้เส้นทางมอเตอร์เวย์ หมายเลข 7 ออกทางออกที่ไปทางอำเภอบ้านบึง ตามถนนหมายเลข 344 ถึงทางแยกอำเภอแกลง เลี้ยวซ้าย เข้าถนนหมายเลข 3 หรือ ถนนสุขุมวิท จากนั้นก็ขับตามถนนนี้ผ่านจังหวัดจันทบุรีมาถึงจังหวัดตราด ให้ตรงเข้าเมืองแล้วใช้เส้นทางหมายเลข 3148 มาที่อำเภอแหลมงอบ การเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง จากกรุงเทพฯ จะมีรถโดยสารประจำทางไปถึงที่ตัวเมืองจังหวัดตราด สามารถขึ้นรถได้ที่ สถานีขนส่งเอกมัย หมอชิต (ถนนกำแพงเพชร 2) มีรถบัสโดยสารและรถตู้ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 5 – 6 ชั่วโมง การเดินทางโดยเครื่องบิน สายการบินบางกอกแอร์เวย์ จากสนามบินสุวรรณภูมิ ถึงท่าอากาศยานตราด

1.4 จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ซึ่งต้องมีการวางแผน การจัดการ และการพัฒนาอย่างเป็นระบบบนฐานวิถีชีวิตของชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ป่าชายเลนชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์มากและมีพื้นที่กว้างขวางทำให้มีสัตว์น้อยใหญ่มาอยู่อาศัยจนเป็นระบบนิเวศที่มีความสมบูรณ์ที่สุดในภาคตะวันออก ทั้งยังสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย เช่น หอยปากเปิด กุ้ง ปู และปลา เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีพันธุ์นกที่เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น เหยี่ยวแดงคอขาว ที่มาอาศัยและแพร่พันธุ์เป็นจำนวนมากที่ป่าชายเลนแห่งนี้ ซึ่งมีมากกว่าป่าชายเลนที่อื่นรวมไปถึง หอยปากเปิดที่แพร่พันธุ์เยอะกว่าที่อื่นจนทำให้ชาวบ้านมีรายได้จากหอยปากเปิดเป็นอย่างดีด้วย

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย วัดน้ำเชี่ยว สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2310 มีพื้นที่ภายในวัด 18 ไร่ สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ในรัชสมัยของพระเจ้าเอกทัศ เป็นวัดราช คือ วัดที่ประชาชน ชาวบ้านในพื้นที่ช่วยกันสร้าง อายุร่วม 200 ปี ต่อมาได้มีการสร้างอุโบสถในช่วงปี พ.ศ. 2520 ซึ่งมีหน้าบันที่เป็นจุดเด่นของอุโบสถแห่งนี้คือรูปปั้นดินเผาอารยณ์ทรงครุฑซึ่งเป็นชิ้นแรกของประเทศไทย มัสยิดอัลกุบรอ เป็นมัสยิดเก่าแก่ตั้งอยู่ริมคลองน้ำเชี่ยว เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชาวมุสลิมบ้านน้ำเชี่ยว การสร้างสุเหร่าหรือมัสยิดครั้งแรกที่บ้านน้ำเชี่ยว โดยใช้ไม้โกงกางมาปักเป็นเขต 4 ด้าน หลังคามุงด้วยใบปรง นำมาสานเป็นตับเหมือน ตับจากมุงกันแดด กันฝน ต่อมาเมื่อชาวมุสลิมตั้งหลักแหล่งแน่นอนแล้ว ได้ต่อเติมสุเหร่าให้มีสภาพดีขึ้นจนถึงปัจจุบัน โดยมีได้เคลื่อนย้ายจากที่ตั้งเดิมแต่อย่างใด ศาลเจ้าพ่อน้ำเชี่ยว เป็นศาลเจ้าที่มีการก่อตั้งเมื่อต้นกรุงรัตนโกสินทร์ โดยชาวจีนที่อพยพจากเมืองจีนโดยการไล่ล่าเผาเข้ามาตั้งรกรากบริเวณริมคลองน้ำเชี่ยวเนื่องจากทำอาชีพประมง โดยศาลเจ้าปัจจุบันนี้เป็นหลังที่ 2 ที่ได้ทำการสร้างและเชิญองค์เทพย้ายมาจากสารเดิมซึ่งศาลเจ้านี้สร้างในบริเวณที่เคยสร้างศาลเจ้าหลังแรก โดยหลังแรกชื่อเซ็งจ๊วยเตาซึก ตั้งอยู่ในบริเวณศาลเจ้าหลังปัจจุบัน

3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต เทศกาล และงานประเพณี ประกอบด้วย งบประมาณข้าว สิ้นค้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของชุมชน หัตถกรรมงบประมาณข้าวนั้นมีความเป็นมา ในสมัยรัชกาลที่ 5 กรุงรัตนโกสินทร์ มีพ่อค้าชาวจีนมาติดต่อค้าขาย พ่อค้าทั้งหลายได้ใส่หมวกทรงสูงชาวบ้านน้ำข้าว เห็นว่ากันแดดกันฝนได้ดี ด้วยภูมิปัญญาและไหวพริบจึงประยุกต์เอาใบจากที่เติบโต และหนาแน่นยूरิมคลองมาลองทำดูบ้าง ตัวใบจากมีคุณสมบัติพิเศษ คือ มีความทนทานและไม่เป็นเชื้อราและมีความเหนียวอย่างมาก ผลคือเมื่อนำมาทำงอบที่ชาวบ้านประยุกต์ขึ้นมาสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี ทนแดดทนฝนเกินคาดหมวกงอบมีลักษณะการใช้งานแตกต่างกันไป ชาวกระียบยาหน้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ถือว่ามีชื่อเสียงมาก ในชุมชนบ้านน้ำข้าว และเป็นอาหารหาทานยาก เนื่องจากวัตถุดิบนั้นมาจากภายในชุมชนทั้งหมด ชาวกระียบยาหน้านั้นมีที่มาที่ไปมาจากสมัยโบราณ ชาวมุสลิม (แขกจากเชื้อสายมลายู) ที่เข้ามาอาศัยอยู่ในบ้านน้ำข้าว ได้นำวัฒนธรรมการกินของตนเข้ามาด้วย นั่นคือ ชาวกระียบปากหม้อ ที่มีลักษณะคล้ายชาวกระียบปากหม้อของชาวเวียดนาม ต่อมาเมื่อทำกินกันมาก ๆ แบ่งที่เหลือจากการทำชาวกระียบ ถูกประยุกต์โดยนำไปตากแดดเป็นแผ่นแห้ง ๆ ขณะเดียวกัน ชาวมุสลิมเห็นว่าบ้านน้ำข้าว นั้นมีมะพร้าว มีกุ้งเยาะ เลยนำมาดัดแปลงทำเป็นขนม โดยใช้น้ำตาลอ้อยมาอยู่ที่ตัวแป้งเพื่อให้มะพร้าวกับกุ้งติดกับตัวแป้ง จึงเป็นที่มาของชื่อ ชาวกระียบยาหน้า ดังเมกรอบ ทำมาจากน้ำตาลทรายหรือน้ำอ้อย ผสมกับกะทิ และเบะแซ ลักษณะเป็นของเหลวใส เหนียวข้น หนืด เป็นกลูโคสไซรัปประเภทหนึ่ง และนำส่วนผสมทั้งหมดไปเคี่ยวจนข้นเหนียว เติใส่ภาชนะที่มีหล่อน้ำไว้เพื่อให้เนื้อตั้งเมจับตัวเป็นก้อน เสริจแล้วนำไปยัดให้เป็นเส้นจนได้ขนาดตามต้องการแล้วหักเป็นท่อน ๆ ก่อนบรรจุใส่ของบรรจุภัณฑ์ ดังเมกรอบมีรูปร่างคล้ายแท่งไม้สั้น ๆ

1.4.2 กิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมของชุมชนบ้านน้ำข้าว นั้นมีหลายกิจกรรม จึงจัดทำเป็นแพ็คเกจเพื่ออำนวยความสะดวกกิจกรรมและเพื่อช่วยให้ชุมชนเกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ซึ่งในแพ็คเกจ 1,190 บาท มีค่าใช้จ่ายในส่วน ของค่าที่พักโฮมสเตย์ ค่าอาหาร 3 มื้อ ค่าส่งเรือ และค่าทำงอบ โดยสามารถอธิบาย กิจกรรมต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) ล่องเรือชมป่าชายเลน และวิถีชีวิตชาวประมง เช่น การถีบกระดานเก็บหอยแครง หอยแมลงภู่ การเลี้ยงปลาในกระชัง การดำหอยปากเปิด การเลี้ยงหอยนางรม และเหยี่ยวแดงคอขาว รวมทั้งกิจกรรมปลูกป่าชายเลน

2) ท่างอบใบจาก โดยเป็นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำท่างอบใบจากด้วยตนเอง ซึ่งมีการสาธิตถึงขั้นตอนทำ โดยจะมีด้วยกัน 5 ทรง คือ ทรงกระทะคว่ำ ทรงกระดองเต่า ทรงยอดแหลมหรือทรงหัวแหลม ทรงสมเด็จจ ทรงกะโหลก

3) ทำดั่งเมกรอบ และข้าวเกรียบยาหน้า โดยเป็นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำ และชิมอาหารจากฝีมือของตนเอง โดยมีการสาธิตของคนในชุมชน

1.4.3 สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการ ประกอบด้วย

1) โฮมสเตย์ ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีการจัดที่พักโฮมสเตย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวน 12 หลัง แต่ละหลังสามารถเข้าพักได้ประมาณ 4-5 คน ซึ่งโฮมสเตย์ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวได้ผ่านการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ให้บริการที่พักในรูปแบบสัมผัสวิถีชีวิตเน้นสะดวก สะอาด ราคาประหยัด 2) มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีการจัดมัคคุเทศก์เพื่อให้บริการข้อมูลในชุมชนกับนักท่องเที่ยว โดยมีมัคคุเทศก์จะเป็นเยาวชนในชุมชน 3) จุดทิ้งขยะ มีถังขยะตั้งไว้เป็นจุดคอยบริการนักท่องเที่ยว 4) ป้ายบอกทาง มีป้ายบอกทางตั้งแต่เข้าถึงบริเวณชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ไปจนถึงในชุมชน ซึ่งจะเห็นป้ายบอกทางต่าง ๆ เช่น ป้ายที่พักโฮมสเตย์ ป้ายเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน 5) ลานจอดรถ ซึ่งมีให้บริการกับนักท่องเที่ยว

2. ศึกษา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก (SWOT Analysis) ระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ตามทฤษฎีระบบการท่องเที่ยวของ Mill & Morrison (1985) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด เพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ซึ่งจะช่วยให้รับรู้ถึงจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) จากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) จากสภาพแวดล้อมภายนอก ดังต่อไปนี้

2.1 ความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว (Market) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นชุมชนซึ่งมีวิถีชีวิตวัฒนธรรม 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม ที่มีชาวพุทธ ชาวมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีน ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น นับเป็นจุดแข็งที่สำคัญของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรม การได้มีโอกาสเฝ้ามองวิถีชีวิตประจำวัน หรือกิจกรรมทั่วไปของชุมชนที่ไปเยี่ยมไปเยือนและมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ จุดอ่อน (Weaknesses) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน ทั้งนี้อาจไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากนัก โอกาส (Opportunities) การจัดการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ ของชุมชน ให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาทัศนศึกษา มีโอกาสพัฒนาให้กลายเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่มีชื่อเสียงได้ ซึ่งสามารถนำรายได้เข้าสู่ชุมชนได้อีกทางหนึ่ง และอุปสรรค (Threats) ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาจทำให้ชุมชนไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ครบ เนื่องจากชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวนำเสนอวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้ยากต่อการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.2 การตลาดการท่องเที่ยว (Marketing) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีการประชาสัมพันธ์จากนักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวจากชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะดำเนินการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ กระทู้ข้อความ เป็นต้น จุดอ่อน (Weaknesses) บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการตลาดยังคงมีไม่เพียงพอ และอุปสรรค (Threats) งบประมาณการจัดทำเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางแอปพลิเคชัน อาจมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง และการดูแลระบบข้อมูลข่าวสาร อาจใช้เวลาค่อนข้างนาน เนื่องจากจำเป็นต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด

2.3 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวมายังชุมชนโดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และเครื่องบิน จุดอ่อน (Weaknesses) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อาจต้องมีการประสาน ติดต่อมายังชุมชนก่อน เนื่องจากทางชุมชนมีระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โอกาส (Opportunities) การพัฒนาระบบ

คมนาคม และระบบโครงสร้างพื้นฐาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว เนื่องจากทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น และชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ตั้งอยู่ในเส้นทางไปยังเกาะช้าง ทำให้นักท่องเที่ยวอาจเข้าไปท่องเที่ยวเพิ่มเติมในชุมชน และอุปสรรค (Threats) ข่าวดูบตีเหตุของรถโดยสาร อาทิ รถตู้ อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว

2.4 จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ โดยชุมชนมีการวางแผน การจัดการ และการพัฒนาอย่างเป็นระบบบนฐานวิถีชีวิตของชุมชน จุดอ่อน (Weaknesses) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ยังขาดการทำนุบำรุงและปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ ซึ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในชุมชนมีความเสื่อมโทรม ข้ำรุด ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โอกาส (Opportunities) องค์กรเอกชนเข้ามามีบทบาทในการบูรณาการให้ชุมชนเกิดอาชีพและส่งเสริมเศรษฐกิจ เช่น ร้านอาหาร ที่พัก การนำเที่ยวในชุมชน และการต่อยอดผลิตภัณฑ์ เป็นต้น และอุปสรรค (Threats) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอื่น ๆ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เริ่มมีการสร้าง และพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะนำเสนอด้านทุนทางวัฒนธรรม ที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว

3. แนวทางการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด

จากการศึกษาวิเคราะห์ทรัพยากรระบบการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก (SWOT Analysis) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด สามารถนำผลการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ได้ดังนี้

3.1 ความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว (Market) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อาจมีการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงระหว่างระบบการท่องเที่ยว ชุมชน และนักท่องเที่ยว

3.2 การตลาดการท่องเที่ยว (Marketing) ภาครัฐและผู้ประกอบการ ในชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ควรสนับสนุน ส่งเสริม เผยแพร่ข้อมูลของชุมชน หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นในชุมชนเพื่อเป็นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการจัดงานเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ และชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ควรใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการสร้างมูลค่าให้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น Website Facebook Line โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ เป็นการเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาด คือ มีร้านอยู่จริงและขายออนไลน์ด้วย ต้องทำให้ลูกค้าตระหนักถึงสินค้าจดจำได้ สอบถามข้อมูล ตัดสินใจซื้อ และมีการบอกต่อ

3.3 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ภาครัฐควรมีการพัฒนาระบบคมนาคม และระบบโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น และชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวตั้งอยู่ในเส้นทางไปยังเกาะช้าง ทำให้นักท่องเที่ยวอาจเข้าไปท่องเที่ยวเพิ่มเติมในชุมชน และชุมชนอาจจัดรถรับส่ง เช่น รถรับส่งจากสนามบินรถรับส่งจากเส้นทางหลักเข้าชุมชน เป็นต้น

3.4 จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนอาจร่วมมือกันจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนที่มีความเสื่อมโทรม ซ้ำซาก และปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในชุมชนมีความเสื่อมโทรม ซ้ำซาก ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และอาจสร้างหรือพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ให้เป็นสถานที่รวบรวมวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว

สรุปผลและอภิปรายผล

1. การศึกษาระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด พบว่าด้านความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว (Market) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นชุมชนซึ่งมีวิถีชีวิตวัฒนธรรม 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) กล่าวว่

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เพื่อศึกษาหาความรู้ การเรียนรู้ และการเข้าใจถึงความแตกต่างกันของสังคมมนุษย์และสิ่งแวดล้อม หรือการเลือกปฏิบัติกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนของทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวตามมา ด้านการตลาดการท่องเที่ยว (Marketing) มีการประชาสัมพันธ์จากนักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวจากชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะดำเนินการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ กระทั่งข้อความ เป็นต้น ทั้งนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สอดคล้องกับ วัชรระ ชัยเขต พล เหลืองรังสี และ ธัญญาดา แก้วชนะ (2560) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยว (Travel) นักท่องเที่ยว เป้าหมายให้ความสนใจในวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งมีรูปแบบการเดินทางที่สามารถเดินทาง ด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และเครื่องบินด้วยสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว (Destination) ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ซึ่งต้องมีการวางแผน การจัดการ และการพัฒนาอย่างเป็นระบบบนฐานวิถีชีวิตของชุมชน สอดคล้องกับกันตพงศ์ คัมโนนชัย รุ่งทิวา ทำน้ำ และอริปี จันทรสุริย์ (2561) ผลการศึกษาพบว่า ควรมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการวางแผน พัฒนา รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น และกระจายรายได้แก่ท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ศึกษา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก (SWOT Analysis)

1) ด้านความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว (Market) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นชุมชนซึ่งมีวิถีชีวิตวัฒนธรรม 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม จุดอ่อน (Weaknesses) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน ทั้งนี้อาจไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากนัก โอกาส (Opportunities) การจัดการเรียนรู้ด้านต่างๆ ของชุมชน ด้วยการพัฒนาให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ อุปสรรค (Threats) ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาจทำให้ชุมชนไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ได้ครบ 2) การตลาดการท่องเที่ยว (Marketing) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) นักท่องเที่ยว ผู้ชื่นชอบแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ จุดอ่อน (Weaknesses) บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการทำการตลาดยังคงมีไม่เพียงพอ โอกาส (Opportunities) การถ่ายทำรายการ เพื่อเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ อุปสรรค (Threats) งบประมาณการจัดทำเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางแอปพลิเคชัน อาจมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง 3) การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว มักให้ความสนใจในวิถีชีวิตของชุมชน โดยสามารถเดินทางท่องเที่ยวมายังชุมชนโดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และเครื่องบิน จุดอ่อน (Weaknesses) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อาจต้องมีการประสาน ติดต่อมายังชุมชนก่อน โอกาส (Opportunities) การพัฒนาระบบคมนาคม และระบบโครงสร้างพื้นฐาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว อุปสรรค (Threats) ชาวอุบัติเหตุของรถโดยสาร อาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว 4) จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย จุดอ่อน (Weaknesses) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ยังขาดการทำนุบำรุงและปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ โอกาส (Opportunities) องค์กรเอกชนเข้ามามีบทบาทในการบูรณาการให้ชุมชนเกิดอาชีพและส่งเสริมเศรษฐกิจ อุปสรรค (Threats) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอื่น ๆ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันเริ่มมีการสร้าง และพัฒนาเพิ่มมากขึ้น

3. แนวทางการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด

1) ความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว (Market) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอาจมีการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงระหว่างตบนักท่องเที่ยวตลาดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ภัทพร ทิมแดง และวินัย ปัญจจรศักดิ์ (2554) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่รับผิดชอบในหน่วยงานการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญสัมพันธภาพกับการต้อนรับที่อบอุ่น และเป็นกันเอง ทำให้นักมีความพอใจมากกับสถานที่ท่องเที่ยว

ที่ทำให้มีความสุขที่มากขึ้น หรือทำให้เกิดความพึงพอใจที่เกินความคาดหวังให้มากขึ้น

2) การตลาดการท่องเที่ยว (Marketing) ภาครัฐและผู้ประกอบการในชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ควรสนับสนุน ส่งเสริม เผยแพร่ข้อมูลของชุมชน หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้น ในชุมชนเพื่อเป็นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการจัดงานเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ สอดคล้องกับ ภัทรพร ทิมแดง และวินัย ปัญจจรศักดิ์ (2554) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญให้มากขึ้น กับการมีประชาสัมพันธ์ที่ดีในการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการตลาด ของโรงแรม รวมถึงการบริการที่ประทับใจให้มากขึ้น

3) การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ภาครัฐควรมีการพัฒนาระบบคมนาคม และระบบโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจาก ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร โอษฐ์ญา บัณฑิต และชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559) ผลการศึกษาพบว่า ภาครัฐ ควรจัดการคมนาคมและการจราจรโดยกำหนดพื้นที่จอดรถของนักท่องเที่ยว เพื่อควบคุม ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการคมนาคมและการสัญจรภายในสถานที่ท่องเที่ยว และจัดให้มีรถนำเที่ยว

4) จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนอาจร่วมมือกันจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนที่มีความเสื่อมโทรม ซ้ำรูด และปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน อาจสร้างและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ให้เป็นสถานที่รวบรวมวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว สอดคล้องกับ ณีฎฐพัชร มณีโรจน์ (2560) กล่าวว่าควรมีการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้วให้คงอยู่ คู่ชุมชนตลอดไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และสมดุล เป็นแหล่งของระบบนิเวศป่าชายเลนและสัตว์น้ำที่มีความสำคัญกับวิถีชีวิตของชุมชน รวมไปถึงทรัพยากรทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าที่มีการปรากฏร่องรอยทางประวัติศาสตร์ไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ควรมีการศึกษาศักยภาพการรองรับและ

การบริหารจัดการ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในอนาคต ถือเป็น การลดความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวให้มากที่สุด ชุมชนยังมีรายได้โดยที่ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวยังคงอุดมสมบูรณ์และยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2561). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(28), 163-176.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (2558). *มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2562, จาก http://www.dla.go.th/work/e_book/eb1/std210550/22/22.htm.
- กันตพงศ์ คุ่มโนนชัย รุ่งทิวา ทำน้ำ และอธิป จันทร์สุริย์. (2561). เรื่องเล่าความสำเร็จ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้วยกระบวนการใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง วิสาหกิจชุมชนชาโบบิล อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง. *ในการประชุมวิชาการระดับชาติ SMARTS ครั้งที่ 9*, 503-513.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2555). การท่องเที่ยว: มิติแห่งศาสตร์บูรณาการ. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7 (1), 1-4.
- ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลน้ำเขียว. (2554). *ข้อมูลชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลน้ำเขียว*. ตราด : ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลน้ำเขียว.

- ณรงค์วิทย์ แสันทอง. (2551). *การบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐพัชร์ มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 13(2), 25-46.
- ทิพาพร ไตรบรรณ. (2559). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กรณีศึกษา หมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิตยา งามยิ่งยง และละเอียด ศิลาน้อย. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(1), 149-116
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่9). กรุงเทพฯ : บริษัท สุวีริยาสาส์น จำกัด.
- พระครูธรรมกถาสุนทร. (2560). *ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ภัทรพร ทิมแดง และวินัย ปัญจขจรศักดิ์. (2554). โมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 16(3), 89-101.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. (2556). *เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- วิรัช ดันดีสุทธิเวท. (2550). *ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นกรณีศึกษา ชุมชนตำบลเชิงทะเล*. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วัชรระ ชัยเขต พล เหลืองรังสี และธัญาดา แก้วชนะ. (2560). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสงขลา*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ. (2560). *ระบบการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org>

- วารัชต์ มัธยมบุรุษ. (2562). โครงสร้างของระบบการท่องเที่ยว. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(1), 94-102.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). *ทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประจำปี 2562*. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2563, จาก [https://ismed.or.th/PR110462\(1\).php](https://ismed.or.th/PR110462(1).php)
- สุเทพ สิงห์สมาพะ. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในมุมมองของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตำบลกมลา อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(2), 110-124.
- ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร โอษฐ์ญา บัชรธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 9(1), 234-259.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice –Hall.
- Mill, R.C. and Morrison, A.M. (1985). *The Tourism System*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mill, R.C. and Morrison, A.M. (2002). *The Tourism System*. Kendall Hunt Pub, Dubuque.