

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชน บ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด

ผศ.พีรชัย กุลชัย

ศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นายธนนชัย มุ่งจิต

ศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจังหวัดแม่ฮ่องสอน





วิธีการศึกษา

- ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะรายงานโครงการวิจัย“การท่องเที่ยวเชิงศึกษานิเวศน์วัฒนธรรมแบบยั่งยืน โดยชุมชนบ้านผาหมอน ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่”
- สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ Mr.Ben Lefetey เจ้าของบริษัทไทยแลนด์ อองทুমองค์ และคุณสุรสิทธิ์ คลใจไพรวัลย์ หัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ประสานงานกับบริษัท

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



วิธีการศึกษา(ต่อ)

- จัดประชุมกลุ่มกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนผาหมอน
- การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการร่วมกิจกรรมของโปรแกรมการท่องเที่ยวผาหมอนและการสังเกตการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาโดยผ่านบริษัท

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



ผลการศึกษา

- สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และบ้านผาหมอน
- บริบทชุมชนผาหมอนและผลกระทบจากการท่องเที่ยว
- การก่อเกิด CBT ผาหมอน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



“การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนเกิดการอนุรักษ์
ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และ
สร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน”

เป้าหมายของการท่องเที่ยวพหุหมอน

- เพื่อการรักษาฐานทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนให้สามารถเกิดการใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน
- เพื่อการฟื้นฟู วัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมของชุมชน
- เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้มาเยือน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านพหุหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



- บริบทของชุมชนกับการจัดการด้านการตลาด
- กระบวนการพัฒนา CBT และกลไกการจัดการตลาด



แนวทางการจัดการ

1. กลุ่มผู้ประกอบการภายนอก บริษัททัวร์
สถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐ นักวิจัย
2. นักท่องเที่ยว
3. ผู้ประกอบการภายในชุมชน
4. นักสื่อความหมายท้องถิ่น
5. การจัดการรายได้อย่างเป็นธรรม
6. การประชาสัมพันธ์



การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด

พันธมิตรทางการตลาดของผาหมอน



Mr. Ben Lefetey

ผู้จัดการบริษัท Thailand Autrement Tour operator

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



“การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังเป็นการสร้างรายได้ที่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการ เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ยังขาดกระจายรายได้ ไปสู่ชุมชน ดังนั้นจะทำการท่องเที่ยวในรูปแบบใดที่เกิดจากแนวคิดและการตัดสินใจของคนในชุมชน และก่อให้เกิดการกระจายรายได้ต่อคนส่วนมาก จึงตัดสินใจในการทำท่องเที่ยวในรูปแบบ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้ชุมชนเป็นผู้ตัดสินใจในการรับนักท่องเที่ยวบริหารจัดการท่องเที่ยว คิดถึงผลกระทบด้านลบและด้านบวก

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



ส่วนกำไรที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวชุมชนต้องร่วมกัน
คิดว่าจะนำรายได้ที่เกิดขึ้นไปช่วยชุมชนได้อย่างไร
นอกจากนี้ยังต้องการเปิดตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
เพื่อเป็นตัวอย่างให้บริษัททัวร์อื่น ๆ เข้าใจและนำ
แนวคิดในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาใช้ในการ
เปิดตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ให้มากยิ่งขึ้น
เพราะบางชุมชนก็มีการเปิดท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ไม่
มีบริษัทมาช่วยรองรับในการทำการตลาดเพื่อให้รายได้
กระจายไปทุกส่วนมากที่สุด เพื่อให้เกิดความยั่งยืน”

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



- ช่องทางการตลาด
- วิธีการจัดการการตลาด
 - การทำงานระหว่างบริษัทกับชุมชนพหามอน
 - ตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับความสามารถในการเติบโต

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านพหามอนกับพันธมิตรทางการตลาด



**ตารางที่ 1 การจัดการผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
บ้านผาหมอนในปี 2551 และ 2552**

ประเภทการบริการ	ปี พ.ศ. 2551		ปี พ.ศ. 2552	
	ค้ำร้อยละ	จำนวนเงิน (บาท)	ค้ำร้อยละ	จำนวนเงิน (บาท)
บ้านพัก	29	183600	30	196500
อาหาร	27	173400	27	179200
เงินเดือนเจ้าหน้าที่	17	108000	17	108000
ไกด์ท้องถิ่น/ ดนตรี	16	103050	15	98200
พาหนะ	8	50400	7	45500
การบริการใน ห้องพัก	3	19050	3	19800
บำรุงหมู่บ้าน	1	4440	1	5300
รวม	100	641940	100	652500

ตารางที่ 2 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่กระจายโดยตรงไปสู่ชุมชนบ้านผา หมอนในปี 2551 และ 2552

ประเภทการบริการ	ปี พ.ศ. 2551			ปี พ.ศ. 2552			หมายเหตุ
	ร้อยละ	ทั้งหมด	โดยตรง	ร้อยละ	ทั้งหมด	โดยตรง	
บ้านพัก	80	183600	146880	80	196500	157200	ร้อยละ20เป็นค่าทำความสะอาด/ค่าไฟฟ้าและค่าบำรุงรักษา
อาหาร	10	173400	17340	10	179200	17920	ร้อยละ90 เป็นค่าวัตถุดิบในการทำอาหาร
เงินเดือนเจ้าหน้าที่	100	108000	108000	100	108000	108000	
ไถ่ถอนที่ดิน/ดนตรี	100	103050	103050	100	98200	98200	
พาหนะ	70	50400	35280	70	45500	31850	ร้อยละ 30 เป็นค่าน้ำมันและบำรุงรักษารถ
การบริการในห้องพัก	50	19050	9525	50	19800	9900	ร้อยละ50เป็นค่าก่อสร้างและบำรุงรักษา
บำรุงหมู่บ้าน	100	4440	4440	100	5300	5300	
รวม		641940	424515		652500	428370	ร้อยละ66หมู่บ้านจะได้รับประโยชน์โดยตรง

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



ปัจจัยสำคัญในการสร้างพันธมิตรทางการตลาด ระหว่างบริษัทกับชุมชน



- ความต้องการของชุมชน
- การสื่อสารระหว่างกัน
- การเคารพสิทธิชุมชน
- ความจริงใจในระหว่างการทำงาน
- การบริหารจัดการระหว่างชุมชนกับบริษัท



การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



“พันธมิตรทางการตลาด” ของชุมชน คือ
การเป็นหุ้นส่วนในทางธุรกิจการจัดการ
ท่องเที่ยวที่ต้องยอมรับและเคารพในสิทธิ
ของชุมชน ในขณะเดียวกันก็สามารถเป็นได้
ทั้งเพื่อนร่วมคิด และผู้ให้โอกาสแก่คนในชุมชน
ด้วยเช่นกัน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



หลักการสำคัญในการพิจารณาคัดเลือกพันธมิตร

ทางการตลาด

- 1) การปฏิบัติตามเงื่อนไข ข้อตกลง ภายใต้การยอมรับและเคารพสิทธิของชุมชน
- 2) การเป็นเพื่อนร่วมทาง และ เป็นมิตรที่ดีด้านธุรกิจ
- 3) ความพึงพอใจในเป้าหมายของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งการจัดสรรผลประโยชน์ที่ลงตัว

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด



ความเห็นของชุมชนต่อการพัฒนาเพื่อขยายโอกาส
ทางการท่องเที่ยว มีสิ่งที่ต้องคำนึงใน 4 ประการ
ตามลำดับความสำคัญ ได้แก่



1.ความสามารถในการรองรับทางด้านสังคม
วัฒนธรรมของชุมชน และความยั่งยืนทางด้าน
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



2.แนวความคิดของบริษัททัวร์ หรือ Agency กับ
การยอมรับในเงื่อนไขข้อตกลงของชุมชน

3.ความพร้อมของคน หรือบุคลากรในชุมชนกับ
การจัดการ



4.เงินทุน หรืองบประมาณ

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด

บทเพลงจากผาหมอน



การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาหมอนกับพันธมิตรทางการตลาด