เสน่ห์วิถีไทย เติบโตได้ใน AEC: กรณีศึกษา ความเข้มแข็งของชุมชนท่าย่น้ำข้ามภพ จังหวัดเพชรบุรี
Thai way of life, the uniqueness to compete in AEC, a Case study of a strong community of Tha Nam Kham Pob, Phetchaburi Province

กุลพิชญ์ โภไคยอุดม
วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 ซอยสุขุมวิท 23: เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
E-mail:gulapish@swu.ac.th

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวชุมชนเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน อาจเนื่องมาจากปัจจัยด้าน วิถีชีวิตชุมชน ผลิตภัณฑ์ของชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นต้น เช่นเดียวกับกรณีของชุมชนท่าย่น้ำข้ามภพใน อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี ซึ่งเป็นชุมชนตลาดริมน้ำที่เพิ่งดำเนินการเมื่อช่วงเดือนเมษายน 2555 แต่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนท่าย่น้ำข้ามภพผ่าน SWOT Analysis ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำจุดแข็งของชุมชนที่ได้จาก SWOT Analysis เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนไทยในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วิธีการศึกษา ได้ใช้การศึกษาจากเอกสาร และสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีสรุปแก่นเนื้อหา ผ่านวิธี SWOT analysis ผลการศึกษาสรุปได้ว่า จุดแข็งของชุมชนคือความร่วมมือของชุมชนและการวางโครงสร้างการดำเนินงานจากผู้เชี่ยวชาญ จุดอ่อนคือข้อจำกัดทางภาษาต่างประเทศ /ภาษาอังกฤษและการที่ชุมชนในบางส่วนต้องการเปลี่ยนแปลงให้ขนาดของตลาดให้ใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปริมาณมาก โอกาสคือการกระจายรายได้ให้ชุมชนและการเดินทางสะดวก อุปสรรคคือต้องแข่งขันกับชุมชนที่มีลักษณะคล้ายกัน ข้อเสนอแนะเพื่อสร้างผลประโยชน์แก่ชุมชนคือการอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษซึ่งจะช่วยพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากอาเซียน ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงการปลูกฝังความรู้เรื่องความยั่งยืนของการท่องเที่ยวชุมชนว่าต้องเป็น ขนาดเล็ก (small scale) เสมอ ๆ เพราะการแสดงออกซึ่งเสน่ห์วิถีไทยเป็นได้อย่างชัดเจน แต่หากปรับเปลี่ยนเป็นขนาดใหญ่ การดูแลระดับชุมชนจะทำได้ยากลำบากกว่าเดิมและผลประโยชน์อาจจะไม่คงอยู่ในชุมชนอีกต่อไป

คำสำคัญ การท่องเที่ยวชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชน วิถีไทย ประชาคมอาเซียน

Abstract

Community based-tourism (CBT) has recently gained popularity because of the factors such as community’s way of life, product and participation. Likewise the case of Tha Nam Kham Pob, Tha Yang District, Phetchaburi Province, the new community destination that has just existed in April 2012 but gradually become more famous. Hence, this research aims to study and analyse the potential of Tha Nam Kham Pob by SWOT analysis in the form of CBT and give the following proposal those strengths in the aspect of uniqueness and community culture from SWOT analysis in order to assess the potential of CBT in Thailand in the context of ASEAN Economic Community (AEC). This research used documentary studies and in-depth interview which had 100 samples of locals, local entrepreneurs and tourists. Thematic analysis was subsequently used to analyse data and provided results as SWOT analysis. The results revealed that strengths of community were the community participation and the planned structure by academic scholars, while the weaknesses were the limitation of foreign/English Language and the attitude of some residents expected the destination becoming larger to service large numbers of tourists. Opportunities were represented as the distribution of community’s income and accessible route. Threat was the competition with similar communities. The suggestion for benefiting community was English skills training for communication in order to improve residents to prepare for AEC context. Moreover, residents need to be educated in sustainability context that community needs to retain in small scale in general because they can represent the charm of Thai way of life notably. In contrast with larger scale that community involvement will be more difficult and benefits will not accrue community.

Keywords: Community based tourism, strong community, Thai way of life, ASEAN Economic Community

1. บทนำ

จากการเติบโตของกระแสการท่องเที่ยวแบบทางเลือก (Alternative Tourism) ที่นักท่องเที่ยวต้องการแสวงหาความแปลกใหม่ เพิ่มพูนประสบการณ์ และเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านและคนท้องถิ่น [1] ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งนอกเหนือไปจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mass Tourism) ที่นักท่องเที่ยวมุ่งหมายเพื่อพักผ่อนหย่อนใจที่มีสถานที่หลักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกให้ความรู้สึกสะดวกสบายเหมือน

อยู่บ้าน และเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกจัดไว้หรือได้รับความนิยมในกระแสหลัก โดยการท่องเที่ยวแบบทางเลือกอาจมีรูปแบบหลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น การท่องเที่ยวที่กล่าวมานี้มีลักษณะร่วมกันคือการท่องเที่ยวต้องสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยืนยาว [2] โดยหลักสำคัญคือการรักษาสิ่งแวดล้อมและการทำนุบำรุงส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น [3] สำหรับในประเทศไทยซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่งที่สุดและสร้างเม็ดเงินมูลค่ามหาศาลให้กับประเทศ ด้วยความโดดเด่นของธรรมชาติ ความเก่าแก่ของศิลปะและประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมตลอดจนวิถีชุมชนชนบทในภูมิภาคต่าง ๆ ภาพลักษณ์ประเทศไทยโดยรวมจึงเป็นที่ชื่นชอบและกล่าวถึงระดับโลกมาเป็นเวลาช้านาน [4] การท่องเที่ยวแบบทางเลือกจึงได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้ชุมชนมีบทบาทในการจัดการดูแลการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน [5] ซึ่งมีปัจจัยสำคัญมาจากนโยบายของชาติที่มุ่งเน้นให้เกิดการกระจายรายได้และผลประโยชน์ไปสู่ชุมชน โดยการท่องเที่ยวเองเป็นหนึ่งในแรงผลักดันนั้น ๆ ดังจะเห็นการสนับสนุนจาก ภาครัฐตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ซึ่งใช้ในช่วงระหว่างปี 2540 และเสริมสร้างความสำคัญของชุมชนยิ่งขึ้นในแผนพัฒนาฉบับต่อๆไปจนถึงปัจจุบัน หากแต่ปัญหาที่ชุมชนยังพบคือแนวทางพัฒนาที่ไม่ได้คำนึงถึงความยั่งยืนและผลประโยชน์ของชุมชนอย่างเพียงพอ ทำให้เกิดข้อจำกัดและนำมาซึ่งผลทางลบโดยเฉพาะทางทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม [4]

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวโดยชุมชนในปัจจุบันไม่เพียงแต่ต้องพิจารณาการพัฒนาอันเกิดจากความร่วมมือของชุมชนการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านการจัดการรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและการทำนุบำรุงประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่านั้น หากแต่ยังต้องพิจารณาถึงบริบทอื่น ๆ ที่จะเกี่ยวข้องด้วย อาทิเช่น การรองรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งจะมีบทบาทเป็นอย่างมากหลักการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community- AEC) ในปีพ.ศ.2558 ทั้งนี้มีข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเคยคาดการณ์ไว้เมื่อต้นปี 2555 ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนคิดเป็น ร้อยละ 24 หรือกล่าวได้ว่าเป็นสัดส่วน 1 ใน4 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจำนวนที่คาดการณ์นี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง [6] ดังนั้นจึงเป็นความสำคัญว่าชุมชนท้องถิ่นควรพัฒนาในรูปแบบใดเพื่อเติบโตและตอบสนองกับการเปิดเสรีทางการค้าและแรงงานระหว่างภูมิภาค โดยที่ยังคงผลประโยชน์ให้กับชุมชนท้องถิ่น อันเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งหวังก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนโดยนำเสนอแนวทางให้ชุมชนเตรียมพร้อมเข้าสู่ AEC และแสดงจุดแข็งของชุมชนไทยเพื่อนำไปถ่ายทอดความรู้ให้ชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยมีกรณีศึกษาที่ท่าย่น้ำข้ามภพ อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนท่าย่น้ำข้ามภพผ่าน SWOT Analysis ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัยและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวโดยชุมชนคือ ‘การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน’ [5] และรูปแบบการท่องเที่ยวอยู่ภายใต้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน [7] โดยมีสาระสำคัญหลักคือความร่วมมือของชุมชนเพื่อผลประโยชน์ตกอยู่กับคนท้องถิ่นโดยให้การศึกษาและสนับสนุนชุมชนในทิศทางการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [8]

การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยได้รับการให้ความสนใจมากขึ้นด้วยปัจจัยสนับสนุนหลายด้าน กล่าวคือจุดเริ่มต้นจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติและสังคมฉบับที่ 8 ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ซึ่งมุ่งหวังพัฒนาคนในชุมชน และเสริมสร้างการกระจายรายได้ให้ชุมชนพร้อมกับการสงวนทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเพื่อชุมชนรุ่นต่อไป โดยการมุ่งหวังผลประโยชน์แก่ชุมชนนี้ได้มีการดำเนินการและส่งเสริมในแผนพัฒนาฯและนโยบายของชาติจนมาถึงในปัจจุบัน ทางภาครัฐได้ให้การสนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปสู่ทุกชุมชนเนื่องจากเห็นว่าเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงานและรายได้ให้กับชุมชน และผลักดันผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปสู่ตลาดโลก ในโครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product-OTOP) ทั้งการฝึกฝนแรงงานให้มีอาชีพและฝีมือ ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนการหาช่องทางนำเสนอสินค้า อีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญคือภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ที่รัฐบาลกำหนดให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของภาคการขับเคลื่อนหลักทางเศรษฐกิจ โดยประกาศให้ปี 2541 - 2542 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจของคนในชุมชนท้องถิ่นในหลากหลายด้าน เช่น ภาคการบริการโรงแรม มัคคุเทศก์ โฮมสเตย์ ร้านอาหาร ฯลฯ ซึ่งสร้างรายได้ให้ทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ตลอดจนชาวบ้านกลุ่มเล็ก ๆ [9] นอกจากนี้ภาครัฐยังส่งเสริมบทบาทของโฮมสเตย์ (Homestay) หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท โดยการเน้นบ้านเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงประสบการณ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว [10] โดยนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ที่ใฝ่รู้ มีการศึกษา สนใจที่จะศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งอาหารวัฒนธรรมความเป็นอยู่ต่าง ๆ ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นเรื่อย ๆ

ปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้นล้วนเป็นแรงผลักดันให้การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก้าวต่อไปของการท่องเที่ยวชุมชนควรพิจารณาให้ครอบคลุมถึงการพัฒนาและการเตรียมพร้อมในบริบทของ AEC ด้วยการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบAEC นั้นประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่สำคัญ กล่าวคือ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกันและการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก [11] ซึ่งในบริบทการท่องเที่ยวชุมชนต้องพิจารณาอย่างสำคัญคือ แม้ว่าAEC จะสนับสนุนความเท่าเทียมกันและเป็นแรงผลักดันของภูมิภาคให้แข่งขันกับเศรษฐกิจของโลก แต่จากยุทธศาสตร์การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันโดยมีองค์ประกอบหลักคือ การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมือเสรี [11] ย่อม

หมายถึงผลกระทบต่อชุมชน ซึ่งหมายความว่า ผลประโยชน์ของชุมชนซึ่งควรเป็นของชาวบ้าน หรือผู้ประกอบการท้องถิ่น ก็อาจกลายเป็นของนักลงทุนชาติอาเซียนชาติอื่น ตลอดจนแรงงานฝีมือชาติอาเซียนอื่นเช่นกัน ปัญหาที่จะติดตามมาคือเมื่อผลประโยชน์ไม่เป็นของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนก็จะเสื่อมถอยลงไปด้วย ดังนั้น เมื่อพิจารณาในจุดนี้ ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ได้นำเสนอแนวทางที่ผู้ประกอบการควรใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยวไทย เช่น ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อัธยาศัยอันดีงามของชาวไทยรวมถึงการบริการอย่างเป็นมิตร ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมตลอดจนอาหารไทยที่มีชื่อเสียงมาเป็นจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นรูปแบบที่ได้รับความสนใจในระดับโลก [12] ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงสอดคล้องกับแนวทางนี้เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวที่ให้แต่ละชุมชนนั้นๆ มีส่วนร่วมในการรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งยังคงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ เพื่อสร้างความสมดุลอย่างยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของตัวชุมชนเอง มิให้เสื่อมสลายไปกับกระแสการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวและการแทรกซึมของนายทุน [13] และประเด็นสำคัญคือความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อทำให้ผลประโยชน์หมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด ไม่ให้ตกไปอยู่กับคนภายนอก และควรเป็นขนาดเล็ก (small scale) เสมอๆ เพื่อควบคุมง่าย [3] ซึ่งจีระ หงส์ลดารมภ์ ได้กล่าวเพิ่มเติมถึงการพัฒนารักษาความเป็นไทยและเอกลักษณ์ของความเป็นไทยไว้ ตลอดจนการเพิ่มทักษะสื่อสารเรื่องภาษาให้ได้โดยเร็วที่สุดเพื่อให้อยู่รอดในอาเซียนเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชน [14]

สำหรับท่าย์น้ำข้ามภพถือเป็นตลาดริมน้ำแห่งแรกของจังหวัดเพชรบุรีที่ได้รับความช่วยเหลือในการวางแผนผังกลยุทธ์จากคณาจารย์และนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีโดยเป็นการวางแผนร่วมกันกับชาวบ้านของชุมชน มีงานวิจัยเรื่อง ‘การพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษา ตลาด ท่าย์น้ำข้ามภพ อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี’ โดยจรรยาพร บุญเหลือและคณะ (พ.ศ.2555) ได้สรุปถึงกลยุทธ์ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตลาด ที่เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจแห่งใหม่ โดยอาศัยทรัพยากรแม่น้ำเพชรบุรีที่มีความสวยงามและยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน โดยได้สร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน นอกจากนี้ยังมีการรณรงค์ให้เป็นตลาดคุณภาพ สะอาด และปราศจากโฟม ลดปัญหาขยะ ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม [15] ผู้วิจัยเห็นว่าเพื่อเป็นการต่อยอดจากงานวิจัยที่ได้ดำเนินการไปแล้ว จึงน่าจะได้ศึกษาความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อพัฒนาให้เติบโตและเตรียมพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนดำเนินการวิจัย มีดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิด รายงานการวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดประเด็น-ข้อคำถามที่จะสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและส่งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสม
3. เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล เขียนรายงานผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มใหญ่ๆ รวมแล้วจำนวน 100 คน ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นคนท้องถิ่น จำนวน 40 คน จากผู้ประกอบการทั้งหมด 100 ชุ้ม ชาวบ้านตำบลท่ายางและยางหย่องซึ่งเป็นบริเวณของตลาดท่าย์น้ำข้ามภพจำนวน 30 คน และ นักท่องเที่ยวอีก 30 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบอิสระด้วยความสมัครใจของผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยและนิสิตชั้นปีที่ 4 วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 48 คน ช่วยเก็บข้อมูล ในวันที่ 12 มกราคม 2556 ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ 15.00-18.00 น. หลังจากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นเนื้อหา (Thematic analysis) โดยแก่นเนื้อหาอ้างอิงจาก SWOT Analysis อันประกอบด้วย *จุดแข็ง* เช่น การร่วมมือของชุมชน และเอกลักษณ์ของชุมชน *จุดอ่อน* เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลภาวะ ทัศนคติของชาวบ้านที่ไม่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน *โอกาส* เช่น ทำเลที่ตั้ง กระแสปากต่อปาก และ*ภาวะคุกคาม* อันเกิดมาจากคู่แข่งจากชุมชนอื่น ๆ

5. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

จากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วนั้น ผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบการวิเคราะห์เชิง SWOT ดังนี้

S- Strengths (จุดแข็ง)

ความเข้มแข็งของชุมชน:

ท่าย์น้ำข้ามภพ อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรีเป็นตลาดและจุดท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไม่นานนัก อยู่บนสองฝั่งของแม่น้ำเพชรบุรี ระหว่างตำบลท่ายางและตำบลยางหย่อง โดยเปิดให้บริการมาตั้งแต่ในเดือนเมษายน พ.ศ.2555 เป็นการตอบโจทย์ได้ดีถึงการนำมาซึ่งความร่วมมือของชุมชน จนใช้เวลาไม่นานก็เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ โดย ‘มีจุดเริ่มต้นมาจากตัวชุมชนต้องการที่จะพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งพักผ่อนและแหล่งซื้อหาอาหารคุณภาพบริโภคในชีวิตประจำวัน’ [16] เป็นตลาดตอนเย็นในช่วงสุดสัปดาห์ เปิดตั้งแต่เวลา 15.00 – 22.00 น. โดยมีแกนนำในชุมชนร่วมแรงร่วมใจกันทั้งออกทุนส่วนตัว ชักชวนชาวบ้านเรี่ยไรเงิน และทำเรื่องของบประมาณผลักดันให้เกิดชุมชนใหม่แห่งนี้ โดยมีผู้นำชุมชนคือแม่เล็กและป้าเสาวณีย์ที่อุทิศเวลานอกเหนือการทำงานมาวางแผนพัฒนาให้ชุมชน นอกจากนี้ยังได้รับความช่วยเหลือวางแผนโครงการชุมชนจากผู้เชี่ยวชาญคืออาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีมาถ่ายทอดความรู้ ซึ่งจากองค์ประกอบต่าง ๆ นี้ทำให้ท่าย์น้ำข้ามภพ ณ ปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงความเป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างแท้จริง ผลประโยชน์ตกอยู่กับคนในชุมชนและยังไม่มีบุคคลภายนอกเข้ามาดำเนินการในชุมชนแห่งนี้

การจัดการในรูปแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และวิถีชุมชนไทยภาคกลางและการบริการที่เป็นมิตร:

ชุมชนมีนโยบายและแนวทางอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยให้ผู้ประกอบการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถกลับมาใช้ใหม่ เช่น กระบอกไม้ไผ่ ใบตอง หรือ ชาม เครื่องปั้นดินเผา และงดใช้ผลิตภัณฑ์โฟมโดยเด็ดขาด นอกจากนี้ชุมชนเองยังมีการจัดการรักษาความสะอาดโดยเฉพาะขยะเป็นอย่างดี โดยจัดจุดให้ทิ้งขยะรอบ ๆ ชุมชน และชุมชนต่างเป็นหูเป็นตา

ช่วยกันเก็บขยะคนละไม้คนละมือ บริเวณชุมชนยังคงซึ่งไว้ด้วยประเพณีและวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของชาวบ้าน โดยที่ชาวบ้านและผู้ประกอบการต่างยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมที่จะให้การบริการแก่ผู้มาเยี่ยมเยือน ตลาดจะเน้นขายอาหารและขนมไทยซึ่งมีความหลากหลาย รวมถึงการเปิดเพลงไทยลูกกรุงหรือลูกทุ่งเพื่อเพิ่มบรรยากาศให้คึกคัก นักท่องเที่ยวซึ่งมีทั้งจากกรุงเทพฯและจังหวัดอื่น ๆ เฉลี่ย 200-400 คน และในจังหวัดเพชรบุรีจากตำบลอื่น ๆ จำนวนประมาณ 400-600 คนต่อวัน [17] สามารถมาสัมผัสกับวิถีชุมชนภาคกลางได้จากการเยี่ยมเยือนชุมชน ซึ่งนอกจากนี้ในวาระพิเศษชุมชนยังมีการจัดเทศกาลส่งเสริมประเพณีต่าง ๆ อาทิ การลอยกระทง การแข่งเรือพาย โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติคือแม่น้ำเพชรบุรีเป็นจุดประกอบการ แต่ไม่ได้มีการให้ขายของบริเวณแม่น้ำเหมือนตลาดน้ำอื่น ๆ เพราะชุมชนต้องการรักษาแม่น้ำให้มีความอุดมสมบูรณ์ไปยังรุ่นลูกหลาน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ผู้นำชุมชนต้องการให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางพักผ่อนหย่อนใจแห่งใหม่ของคนชาวเพชรบุรีและจังหวัดอื่น ๆ ตลอดจนนำเสนอเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคกลาง

จุดเด่นทั้งความเข้มแข็งของชุมชนและปัจจัยส่งเสริมเรื่องวิถีชุมชน เช่น ความสามัคคีร่วมใจของชาวบ้าน 2 ตำบลคือ ท่ายางและยางหย่อง ที่นำเสนอในรูปแบบของชื่อตลาด "ท่าย่น้ำข้ามภพ" โดยเป็นการเอาตัว ย ของ 2 ตำบลมารวมกัน และมีสะพานที่ข้ามระหว่างตำบลอันเป็นที่มาของข้ามภพ นอกจากนี้ยังมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นคือความเรียบง่าย ศูนย์รวมอาหารท้องถิ่นและรวมถึงชุมชนนำเสนอการอนุรักษ์ธรรมชาติและรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์อันดีที่จะเปิดโอกาสให้ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแห่งใหม่ แต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากกลุ่มประเทศอาเซียนอีกด้วย

W – Weaknesses (จุดอ่อน)

ข้อจำกัดทางด้านภาษาและการไม่ตระหนักถึงความสำคัญของAEC:

เนื่องจากเป็นชุมชนที่เกิดขึ้นไม่นานนัก พบว่าผู้ประกอบการในชุมชนยังมีข้อจำกัดทางด้านภาษาอังกฤษ ไม่ว่าจะเป็นตัวผู้ประกอบการเองหรือในชุมชนซึ่งไม่มีภาษาอังกฤษนำเสนอ ซึ่งถ้ามองในภาพรวมบริบทของAEC ถือว่าเป็นจุดอ่อน หากจะต้องแข่งขันกับชุมชนอื่น ๆ ทั้งในประเทศและประเทศกลุ่มอาเซียนเองก็ตาม จึงอาจต้องมีการอบรมพัฒนาทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษให้แก่คนในชุมชน ซึ่งในบรรยากาศของการสัมภาษณ์ก็พบว่าชาวบ้านและผู้ประกอบการหลายคนไม่ได้ตระหนักเห็นถึงโอกาสและผลกระทบที่ชุมชนมีแนวโน้มจะได้รับในบริบทของ AEC ซึ่งเป็นการเข้ามาของนายทุนและแรงงานอย่างเสรี จึงควรให้ความรู้ด้านนี้ให้ชาวบ้านและคนในท้องถิ่นมีความรู้และความเข้าใจเพื่อหวงแหนและรักษาผลประโยชน์ของชุมชนไว้

ทัศนคติของคนในชุมชนบางส่วนที่ต้องการขยายสัดส่วนพื้นที่ของชุมชนเพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว:

ปัญหาที่สำคัญอีกด้านหนึ่งคือการที่ชุมชนบางส่วนต้องการจะพัฒนาท่าย่น้ำข้ามภพให้มีขนาดใหญ่กว่าเดิม สร้างจุดถ่ายรูปเพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งการขยายตามหลักทุนนิยมจะทำให้ชุมชนเกิดปัญหาคือการดูแลไม่ทั่วถึง และขาดเอกลักษณ์วิถีชุมชนที่เรียบง่ายและกลายเป็นจุดท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไปที่ปรากฏอยู่ตามที่ต่าง ๆ ทำให้ไม่เกิดการยั่งยืนของชุมชน เพราะนักท่องเที่ยวไม่ได้สัมผัสวิถีชุมชนที่เรียบง่ายอีกต่อไป รวมถึงการขยายขนาดของตลาดอาจนำมาซึ่งการเข้ามาของนายทุนภายนอก ดังนั้นการให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าต้องเป็นขนาดเล็กและสงวนประโยชน์ให้คนในชุมชน จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ต้องให้ความรู้กับชุมชน

O – Opportunities (โอกาส)

การกระจายรายได้ให้ชุมชน และความสะดวกในการเดินทาง:

หัวใจหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือผลประโยชน์อยู่กับชุมชน ตลาดท่าย่น้ำข้ามภพก็เป็นเช่นนั้น เพราะเป็นการจำกัดให้คนในพื้นที่อำเภอท่ายางเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างรายได้เสริม ซึ่งเป็นการกระจายรายได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้แล้วยังสะดวกในการเดินทาง ด้วยทำเลที่เป็นทางผ่านของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญเช่น อ.ชะอำ และ อ.หัวหิน ทำให้ชุมชนดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และยังพบว่าส่วนหนึ่งก็เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับจากสองอำเภอนี้ และเห็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนผ่านป้ายประชาสัมพันธ์จึงแวะมาเยี่ยมเยือนเพื่อแสวงหาประสบการณ์และสถานที่ใหม่ ๆ สิ่งที่สำคัญไม่แพ้กันคือการที่ในละแวกเดียวกันไม่มีจุดแวะที่เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาเป็นคู่แข่ง จึงถือว่าเป็นโอกาสอันดีของชุมชนนี้สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจต้องการมาชุมชนวิถีไทยที่พร้อมด้วยอาหารไทยหลากหลาย นอกจากนี้ชาวบ้านยังมีความคิดที่จะขยายโอกาสสร้างรายได้ด้วยการทำที่พักแบบโฮมสเตย์ในอนาคตอีกด้วยซึ่งจะเป็นโอกาสอันดีที่จะรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน

กระแสปากต่อปาก:

ท่าย่น้ำข้ามภพเป็นชุมชนใหม่ที่ยังเกิดขึ้นได้ไม่นานนัก แต่ก็เป็นที่นิยมจากกระแสปากต่อปาก บ่งว่าเป็นจุดนัดภพแห่งใหม่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีชุมชนและอาหารไทย รวมถึงความเรียบง่ายและเป็นมิตรของท้องถิ่น นี่จึงเป็นโอกาสที่ดีอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือน เพราะตามหลักการการท่องเที่ยวแล้วพบว่า กระแสปากต่อปากจากเพื่อนและครอบครัวมีอิทธิพลจูงใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด [18]

T- Threats (ภาวะคุกคาม)

คู่แข่งชุมชนอื่น ๆ ที่เดินทางสะดวกกว่าและมีกิจกรรมให้ทำมากกว่า:

แม้ว่าท่าย่น้ำข้ามภพจะมีเอกลักษณ์แสดงวิถีชุมชนไทยภาคกลางและเรียบง่าย แต่ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าชุมชนอื่น ๆ ที่มีระยะทางใกล้กรุงเทพฯ มากกว่าอย่างเช่น อัมพวา ตลาดน้ำอโยธยา ตลาดน้ำ บางน้ำผึ้ง ตลอดจนชุมชนอื่น ๆ ในประเทศไทยและรวมถึงการท่องเที่ยวชุมชนของประเทศอื่นๆ ในอาเซียน ที่มีความพร้อมด้านกิจกรรมและสะดวกต่อการเดินทางมากกว่า จะเป็นคู่แข่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจไปเยี่ยมเยือนมากกว่าด้วยการที่เป็นตลาดน้ำ มีโฮมสเตย์ มีกิจกรรมอื่น ๆ นอกจากซื้ออาหารและฟังเพลงท้องถิ่น เช่น การนอนริมน้ำ การดูหิ่งห้อย รวมถึงบรรยากาศตลาดน้ำที่ดูน่าตื่นตาตื่นใจกว่า สิ่งเหล่านี้ทำให้ชุมชนท่าย่น้ำข้ามภพอาจถูกเปรียบเทียบถึงกิจกรรมที่มีน้อยไปสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเพื่อสัมผัสประสบการณ์ที่ชุมชนอย่างเดียวโดยไม่แวะผ่านสถานที่อื่น

6. ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าโดยภาพรวมแล้วชุมชนท่าย่น้ำข้ามภพมีศักยภาพที่จะแข่งขันกับชุมชนอื่น ๆ ได้ และสามารถเติบโตได้ในAEC เพราะเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง โดยมีความร่วมมือกัน

อย่างแข็งขันในการพัฒนาชุมชน มีผู้นำชุมชนที่สละเวลาเพื่ออุทิศให้ชุมชนมีการพัฒนา ซึ่งจากปัจจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตลอดจนยังมีโอกาสการกระจายรายได้ให้ชุมชน สิ่งที่สำคัญคือชุมชนต้องตระหนักถึงจุดเด่นของตนเองว่าคือวิถีชีวิตชุมชนที่เรียบง่ายและการมีอัธยาศัยไมตรีกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่ถือเป็นเสน่ห์วิถีไทย ซึ่งไม่ควรนำชุมชนตัวเองไปเปรียบเทียบและลอกเลียนแบบให้เหมือนชุมชนอื่น ๆ เพราะจะทำให้ขาดเอกลักษณ์และไม่เกิดความยั่งยืน สิ่งที่ควรกำหนดในนโยบายการจัดการคือการส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เรียบง่าย เพราะนี่คือสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการแสวงหาในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือก นอกจากนี้การให้การอบรมและการศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจให้ชุมชนเข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างถ่องแท้ก็เป็นเรื่องที่สำคัญ และคนในท้องถิ่นยังมีทัศนคติที่เชื่อว่าการจะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวเพื่อนำเงินมาให้ชุมชนจำนวนมากขึ้น ซึ่งเป็นทัศนคติที่ผิดเมื่อพิจารณาในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะนั่นจะทำให้คนในชุมชนดูแลได้ไม่ทั่วถึง และเมื่อขยายในขนาดใหญ่มากการหลีกเลี่ยงการเข้ามาของนายทุนจากภายนอกชุมชนยิ่งทำได้ยาก จึงควรสร้างความรู้สึกหวงแหนชุมชน โดยปลูกฝังตั้งแต่เด็ก อาจให้นักเรียนมาร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ผ่านชุมชน เพื่อให้เกิดความรู้สึกรักในบ้านเกิดและอยากปกป้องให้ชุมชนมีผลประโยชน์ที่ยั่งยืน เพราะนักท่องเที่ยวผ่านมาแล้วก็ผ่านไป แต่คนที่ต้องอยู่กับชุมชนตลอดก็คือชาวบ้านชาวท้องถิ่น

เมื่อพิจารณาถึงบริบทประชาคมอาเซียนแล้ว แม้ว่าท่าย่น้ำข้ามภพจะเป็นเพียงชุมชนการท่องเที่ยวท้องถิ่นเล็ก ๆ แต่ก็ไม่อาจมองข้ามความสำคัญที่จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเติบโตในประชาคมเศรษฐกิจไปได้ เพราะแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาเสน่ห์การท่องเที่ยวชุมชนและต้องการมาสัมผัสกับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นสูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังจะเห็นได้จากแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่น ๆ เช่นตลาดอัมพวา ตลาดบางน้ำผึ้ง ตลาดขวัญเรียมเป็นต้น ที่นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยือนเป็นจำนวนมากจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม และยิ่งในอนาคตชาวบ้านท่ายางและยางหย่องเริ่มขยายความคิดการทำที่พักแบบโฮมสเตย์ จุดนี้จะช่วยยิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสประสบการณ์ที่ชุมชนแห่งนี้มากขึ้น เนื่องจากการเดินทางที่สะดวกเป็นทางผ่านระหว่าง กรุงเทพฯ – อ.หัวหิน และ กรุงเทพฯ –อ.ชะอำ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของทั้งคนไทยและต่างชาติอยู่แล้ว จึงคาดการณ์ได้ว่าเมื่อเปิดเสรีทางการค้า แรงงาน นายทุนข้ามชาติจากประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนน่าจะมีบทบาทต่อชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ มากขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวชุมชนกรณีศึกษาของท่าย่น้ำข้ามภพนี้ ก็จะเป็นแรงผลักที่สำคัญก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเม็ดเงินจากระดับชุมชน หลาย ๆ ชุมชนเข้าสู่ระดับมหภาค โดยที่การกระจายรายได้ก็จะให้ประโยชน์กับชุมชนเป็นส่วนใหญ่ ทว่าชุมชนก็ต้องมีความเข้าใจในความเข้มแข็งของตัวชุมชนเองอันเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญไม่แพ้กับเรื่องเอกลักษณ์ของชุมชน ทั้งนี้เพื่อไม่ให้รายได้และผลประโยชน์ตกไปอยู่กับนายทุนภายนอก ซึ่งในอนาคตอาจไม่เพียงแต่นายทุนไทยนอกพื้นที่แต่ยังจะรวมถึงนายทุนจากประเทศในกลุ่มประชาคมชาติอาเซียนอีกด้วย

ในบริบทของAEC ชุมชนต้องมีความพร้อมมากกว่านี้ ทั้งความรู้ความเข้าใจผลประโยชน์และผลกระทบที่จะได้รับ กล่าวคือจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น แต่การเคลื่อนย้ายเสรีของนายทุน เงินทุน และแรงงานอาจทำให้ส่งผลต่อชุมชนได้ รวมถึงพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษให้ควบคู่ไปกับการสนับสนุนด้านประเพณีวัฒนธรรม อาจนำเสนอเป็นลักษณะแผนผังและความเป็นมาของชุมชนที่มีภาษาอังกฤษกำกับ หรือป้ายบอกทางเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยว รวมถึงเว็บไซต์ภาษาอังกฤษอันจะเป็นช่องทางให้เข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างสะดวก นอกจากนั้นแล้วการศึกษาความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนจะเป็นช่องทางที่ทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ เข้าถึงความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศมุสลิม ถ้ามีการคำนึงถึงคุณภาพอาหารโดยมาตรฐานฮาลาลก็จะยิ่งเป็นจุดเด่นที่รองรับนักท่องเที่ยวจุดนี้ได้เป็นอย่างดี สิ่งที่สำคัญคือ งานวิจัยครั้งนี้จะเป็นฐานสำหรับงานวิจัยในอนาคต ที่สามารถนำไปพัฒนาในขนาดใหญ่ขึ้น โดยอาจมีการเปรียบเทียบกับชุมชนอื่น ๆ หลาย ๆ ชุมชน เพื่อดูภาพรวมของการท่องเที่ยวชุมชนในระดับภูมิภาคว่ามีความพร้อมอย่างไร และมีอุปสรรคที่สามารถแก้ไขเพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนไทย เติบโตได้อย่างแท้จริงในบริบท AEC

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุกคนในชุมชนรวมถึงนักท่องเที่ยวที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ และที่ขาดไม่ได้คือ ป้าเล็กและป้าเสาวณีย์ ผู้นำชุมชนที่ให้มุมมองหลายอย่างที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นการศึกษาชิ้นนี้ได้ นอกจากนี้ขอขอบคุณนิสิตวิชาการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 48คนที่ช่วยดำเนินการสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทำให้การศึกษาลุล่วงไปได้ด้วยดี

8. การอ้างอิง

[1] Beeton, S. (1998). *Ecotourism: a practical guide for rural communities*, Melbourne: Landlinks Press.

[2] Cohen, E. (1972). ‘Towards a sociology of international tourism’. Social Research 39(1), 164-182.

[3] พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์. (2553). การท่องเที่ยวชุมชน.

[4] สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2552). เอกสารประกอบการประชุมสมัชชาคุณธรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 4 ฝ่าวิกฤตด้วยธุรกิจคุณธรรม การสร้างธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจอย่างยั่งยืน ประเด็นที่ 7 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

[5] พจนา สวนศรี. (2541). ‘โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ’. จุลสารการท่องเที่ยว 171(มกราคม-มิถุนายน): 33-39.

[6] ณิชานันท์ เอี่ยมเพชร (2555) การท่องเที่ยวในอาเซียนและทิศทางหลังเปิด AEC. การปรับตัวกลยุทธ์รับ AEC. 23 กันยายน. แหล่งที่มา: http://www.thai-aec.com/518 (15 มีนาคม 2556).

[7] Hatton, M. (1999) Community-based Tourism in the Asia-Pacific, Toronto: Canadian Tourism Commission, Asia-Pacific Economic Cooperation and Canadian International Development Agency.

[8] Pookaiyaudom, G. (2012). A Comparative Analysis of International and Domestic Tourists’ Perceptions of Community-Based Tourism: The Case of Pai, Thailand. (Doctoral Dissertation). University of Central Lancashire.

[9] ชัยนุวัฒน์ ปูนคำปิ่น. (2555). ‘การท่องเที่ยวโดยชุมชน: การสร้าง ขยาย เศรษฐกิจและวิถีชีวิตท้องถิ่น’. กรุงเทพธุรกิจ (16 เมษายน).

[10] Community Based Tourism Institute. (CBT-I) (2006). Community Based Tourism. Available on: http://www.cbt-i.org/travel.php (accessed 27.02.13).

[11] องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2555). AEC Blueprint. แหล่งที่มา: http://www.thai-aec.com/aec-blueprint (15 มีนาคม 2556).

[12] ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2555). ‘การปรับตัวของธุรกิจไทย เพื่อใช้ประโยชน์จาก AEC’. แหล่งที่มา: http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/38839.pdf (15 มีนาคม 2556).

[13] พชรพร อมรประสิทธ์. (2555). มุมมองการท่องเที่ยวโดยชุมชน ระหว่างไทย-ญี่ปุ่น. 28 พฤศิจกายน. กรุงเทพฯ: วารสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

[14] จีระ หงส์ลดารมภ์. (2555). ‘ประเด็นเกี่ยวกับ AEC ที่ผู้นำท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวต้องรู้ : Local Awareness’, โครงการ Provincial Tourism Roadmap and Preparation to AEC จัดโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา วันที่ 15 สิงหาคม.

[15] จรรยาพร บุญเหลือและคณะ. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. (2555). โครงการวิจัยการพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษา “ตลาดท่าย์น้ำข้ามภพ” อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

[16] โครงการส่งเสริมและพัฒนาย่านการค้าท่าย์น้ำข้ามภพ จังหวัดเพชรบุรี. (2555). ท่าย์น้ำข้ามภพ. เพชรบุรี: โครงการส่งเสริมและพัฒนาย่านการค้าท่าย์น้ำข้ามภพ.

[17] เบญจพล รังษีภาณุรัตน์. (2554). ท่าย์น้ำข้ามภพ: ข้อมูลเสนอพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี. 30ก.ค. แหล่งที่มา: http://taynum.blogspot.com/2011/07/blog-post_30.html (15 มีนาคม 2556).

[18] Govers, R., Go, F.M. and Kumar, K. (2007). ‘Promoting tourism destination image’. Journal of Travel Research (46) 1, 15-23.