

รูปแบบและขนาดการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น: กรณีศึกษา
ถนนคนเดินเชียงคาน จังหวัดเลย ประเทศไทย¹

Patterns and Magnitude of Economic Benefit Linkages
from Tourism to Local Communities: A Case Study of
Chiang Khan Walking Street, Loei Province, Thailand

กันต์สินี กันทะวงศ์วาร์²

Kansinee Guntawongwan

E-mail: kansinee.g@cmu.ac.th

อัศรพงศ์ อั่นทอง³

Akarapong Untong

ศิริพร กิริติการกุล⁴

Siriporn Kiratikarnkul

Received: February 12, 2025

Revised: April 18, 2025

Accepted: April 21, 2025

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “โครงการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565: กิจกรรมศึกษารูปแบบการกระจายรายได้ระหว่างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม” ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.)

This article is part of the project “The Management of Natural Resources and Environment for Tourism: An Activity to Study the Patterns of Income Distribution between the Tourism Industry and Local Community,” supported by the Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization) (DASTA).

²อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Lecturer, Faculty of Economics, Chiang Mai University

³รองศาสตราจารย์ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Associate Professor, School of Tourism Development, Maejo University

⁴รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Associate Professor, International College, Maejo University

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและประมาณการขนาดการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากที่พักแรมและร้านอาหารสู่ท้องถิ่นในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน จังหวัดเลย โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวทางการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นที่เสนอโดย Mitchell & Ashley (2006) และการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เยี่ยมเยือน ผู้ประกอบการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบและขนาดของการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ผลการศึกษาพบว่า การจ้างแรงงานท้องถิ่นเป็นรูปแบบการเชื่อมโยงที่ดำเนินการมากที่สุด ขณะที่การสร้างพันธมิตร/เครือข่าย/ความร่วมมือในท้องถิ่นถือเป็นความท้าทายสำคัญ ผลการประเมินพบว่า ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากที่พักแรมและร้านอาหารที่เชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นมีมูลค่า 115.76 ล้านบาท และมีโอกาสเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่น 52.07 ล้านบาท โดยรายรับจากที่พักแรมเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นในสัดส่วนที่สูงกว่าร้านอาหารเล็กน้อย แต่ร้านอาหารกลับมีสัดส่วนที่มีโอกาสเชื่อมโยงรายรับสู่ท้องถิ่นมากกว่าหากมีการส่งเสริมให้ใช้ผลิตผลทางการเกษตรของท้องถิ่นแทนการซื้อจากภายนอก ดังนั้นการสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ เช่น การพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงการออกแบบสินค้า/บริการบนพื้นฐานทุนชุมชน การเชื่อมต่อ/เพิ่มห่วงโซ่อุปทานกับการท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่น ถนนคนเดินเชียงคาน

Abstract

This article aims to explore the patterns and estimates the magnitude of economic benefit linkages from accommodation and restaurant sectors to local communities in the Chiang Khan Walking Street area, Loei Province. The study employs the framework proposed by Mitchell & Ashley (2006) for tracing tourism-related economic benefits to local communities, alongside the structure of national tourism accounts, to analyze data collected through interviews with visitors, business owners, and other stakeholders. The findings reveal that employing local labor represents the most prevalent form of economic linkage. In contrast, fostering local alliances, networks, or collaborations remains a significant challenge. The analysis estimates that economic benefits transferred to local communities from accommodation and restaurants amount to approximately 115.76 million baht, with an additional potential of 52.07 million baht in unrealized linkages. Income generated from accommodation services shows a marginally stronger connection to local communities compared to restaurants; however, restaurants demonstrate greater untapped potential, particularly through the promotion of locally sourced agricultural products in place of external supplies. Consequently, enhancing economic linkages from tourism to local communities can be achieved through diverse strategies—such as developing digital platforms to facilitate connections, designing community-based products and services, and strengthening supply chains through integration with community tourism initiatives.

Keywords: tourism, economic benefits, local community linkage, Chiang Khan walking street

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ช่วยกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่เศรษฐกิจท้องถิ่น (local economy) ทั้งในเรื่องของรายได้และการจ้างงาน รวมถึงโอกาสในการเพิ่มเติมความรู้ผ่านการฝึกอบรม และการเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการสินค้าและบริการ (Adiyia & Vanneste, 2018; Anderson & Juma, 2014; Hall, 2007) อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีศักยภาพในการสร้างโอกาสการเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ภายในท้องถิ่น ที่ทำให้คนท้องถิ่นมีโอกาสมากขึ้นในการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (tourism supply chain) หรือการให้บริการด้านการท่องเที่ยว (Adiyia & Vanneste, 2018; Holden, 2013) การศึกษาส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์สำคัญของการเชื่อมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นในเรื่องของการช่วยลดความยากจน (pro-poor) ให้กับท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Adiyia & Vanneste, 2018; Meyer, 2007; Mitchell & Ashley, 2010; UNCTAD, 2014)

การเชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น (local linkages) เป็นหนึ่งในวิธีที่ดีที่สุดในการเพิ่มและกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อเนื่องอื่น ๆ ตามมา เช่น เกิดการสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น (โดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก) เกิดการจ้างแรงงานท้องถิ่น เกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่น ลด/บรรเทาความยากจนในท้องถิ่น ฯลฯ ที่ซึ่งจะนำมาสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นยังไม่ได้รับการประเมิน และมักถูกมองเข้าหรือได้รับความสนใจน้อย เนื่องจากมักเกี่ยวข้องหรือซ้อนทับกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ecotourism) ที่มักตระหนักถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันก็เกี่ยวข้องหรือซ้อนทับกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (corporate social

responsibility: CSR) ที่ซึ่งมักดำเนินกิจกรรมในลักษณะของการบริจาคหรือเป็นกิจกรรมที่สามารถเห็นผลลัพธ์ได้โดยตรงในทันที (Mitchell & Ashley, 2006)

นอกจากนี้ การศึกษาในอดีตมีข้อสังเกตที่สำคัญว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายแห่งให้ความสำคัญและตระหนักเพียงเล็กน้อยถึงโอกาสการเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า ความเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่า (value chain) ในท้องถิ่นกับห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว (tourism value chain)⁵ (Adiyia et al., 2015; Adiyia & Vanneste, 2018) และการศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจระหว่างการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น โดยเฉพาะในประเด็นของการเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยวกับธุรกิจ/คนท้องถิ่นยังมีการศึกษาจำนวนน้อยและไม่สมบูรณ์ (Adiyia & Vanneste, 2018; Anderson & Juma, 2014; Meyer, 2007) เนื่องจากกระบวนการสร้างความเชื่อมโยงในท้องถิ่นมีกลไกที่ซับซ้อน และมีความท้าทายหลายประเด็นที่อาจทำให้ล้มเหลวได้ เช่น ประเด็นเกี่ยวกับความต้องการของอุปสงค์ ข้อจำกัดในการผลิตของอุปทานที่ดำเนินการโดยคนท้องถิ่น และการตลาดที่เป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงกับท้องถิ่น (Anderson & Juma, 2014) นอกจากนี้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญค่อนข้างน้อยกับการเชื่อมโยงธุรกิจ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับผู้ผลิตในท้องถิ่นที่ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องว่างสำคัญที่ต้องมีการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้นเพื่อเติมเต็มความรู้และความเข้าใจในประเด็นดังกล่าวเพิ่มขึ้น (Adiyia & Vanneste, 2018; Pillay & Rogerson, 2013)

สำหรับประเทศไทยภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายและแนวทางในการใช้การท่องเที่ยวชุมชนเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มรายได้ให้กับคนท้องถิ่น ตลอดระยะเวลาสามทศวรรษที่ผ่านมา ภาครัฐได้ส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันการท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยหวังให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหนึ่ง

⁵การเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าในท้องถิ่น (local value chain linkages) สามารถดำเนินการได้หลากหลายแนวทางโดยธุรกิจสามารถสร้างการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับผู้ประกอบการรายย่อย (micro-entrepreneurs) วิชาหกิจขนาดเล็ก (small enterprises) และคนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในระดับเศรษฐกิจท้องถิ่นของตนเอง (Mitchell & Ashley, 2006)

ในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น และเป็นเครื่องมือสร้างและกระจายรายได้ภายในท้องถิ่น รวมทั้งการเป็นทางเลือกใหม่ของท้องถิ่น โดยเฉพาะท้องถิ่นที่ประสบกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากการถดถอยของรายได้จากอาชีพหลัก ขณะที่หนึ่งในสาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทยฉบับที่ 2 ที่ดำเนินการในช่วง พ.ศ. 2560-2564 คือ การกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ด้วยกลยุทธ์การส่งเสริมให้มีความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งต่อมาในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทยฉบับที่ 3 ช่วง พ.ศ. 2566-2570 ได้กำหนดเป้าประสงค์ที่ชัดเจนที่จะใช้การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเจริญและลดความเหลื่อมล้ำทั่วทุกพื้นที่ โดยการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน/ท้องถิ่น รวมถึงการลดการรั่วไหลของรายได้ตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ดังนั้นองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) จึงรับนโยบายจากภาครัฐให้ดำเนินการในประเด็นดังกล่าวให้เห็นในเชิงประจักษ์ จึงมีการดำเนินการในพื้นที่พิเศษที่เป็นจุดหมายปลายทางในรูปแบบของการท่องเที่ยวชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่บริเวณถนนคนเดินเชียงคาน ตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อเป็นต้นแบบให้กับพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษารูปแบบและประมาณการขนาดของการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากที่พักแรมและร้านอาหารสู่ท้องถิ่นในพื้นที่ถนนคนเดินเชียงคาน จังหวัดเลย ประเทศไทย

กรอบแนวคิด

การเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวให้กับท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้ 3 แนวทางสำคัญ ได้แก่

1. การเพิ่มจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน (visitor) ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยว (excursionist) และนักท่องเที่ยว (tourist) ด้วยการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ แต่ถ้าหากมีการจัดการที่ไม่ดีแล้ว ท้องถิ่นก็ต้องแลกกับผลกระทบเชิงลบในด้านสังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากความหนาแน่นของผู้เยี่ยมชมที่เกินกำลังรองรับ (carrying capacity) ของพื้นที่และท้องถิ่น รวมถึงปัญหา overtourism ในบางช่วงที่มีการกระจุกตัวของผู้เยี่ยมชมจำนวนมาก (peak season) จนเกินกำลังรองรับของพื้นที่ รวมถึงชุมชน ท้องถิ่น สังคม และสิ่งแวดล้อม

2. การเพิ่มการใช้จ่าย (expenditure) ต่อทริปของผู้เยี่ยมชม โดยการเพิ่มรายการและคุณภาพของสินค้า/กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงขึ้น เป็นต้น เพื่อให้ราคาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น หรือกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมมีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อทริปเพิ่มขึ้น/พักค้างแรมเพิ่มขึ้น (มีจำนวนวันพักต่อทริปเพิ่มขึ้น) ซึ่งบางครั้งจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการออกแบบ รวมทั้งความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมีการใช้จ่ายหรือมีจำนวนวันพักต่อทริปเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม หากมีรายรับที่เป็นส่วนรั่วไหล (leakage) ออกจากท้องถิ่นในสัดส่วนที่สูง ก็จะทำให้ท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าที่ควรจะเป็น

3. การเพิ่มการเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่น โดยการเพิ่มส่วนแบ่งการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมชมสู่ระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น (ลดการรั่วไหล) ผ่านแนวทางที่แตกต่างกัน เช่น การซื้อวัตถุดิบ/สินค้าและบริการในท้องถิ่น การจ้างแรงงานที่เป็นคนท้องถิ่น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หนึ่งในประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาเมื่อเชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น คือ การปรับปรุงมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงความต่อเนื่องในการผลิตและให้บริการด้วย

จากแนวทางทั้งสามในข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาคส่วนต่าง ๆ ต้องพยายามบริหารจัดการให้ทั้งสามแนวทางเกิดสมดุล โดยพยายามให้มีจำนวนผู้เยี่ยมชม

ที่เหมาะสมกับกำลังรองรับของพื้นที่และท้องถิ่น กระตุ้นให้ผู้เยี่ยมเยือนมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นและทำให้เกิดส่วนที่รัฐไหลออกนอกท้องถิ่นน้อยที่สุด โดยการเพิ่มการเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นตามกรอบแนวคิดการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นที่นำเสนอในภาพที่ 1 ซึ่งสามารถดำเนินการได้ 5 รูปแบบ (Mitchell & Ashley, 2006) ดังนี้

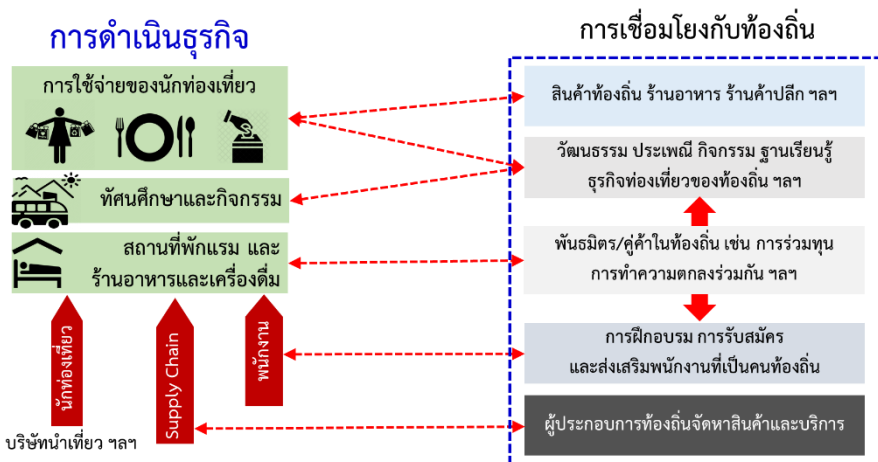
1. การส่งเสริมสนับสนุนให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจ/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการซื้อหรือว่าจ้างจากธุรกิจ/ชุมชน/คนท้องถิ่น เช่น การซื้อวัตถุดิบในการผลิต การใช้บริการซักรีด การซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ การซื้อผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

2. การจ้างแรงงานที่เป็นคนท้องถิ่น รวมถึงการฝึกอบรมให้ความรู้และประสบการณ์กับคนท้องถิ่นที่จะนำไปสู่การเพิ่มโอกาสในการทำงานในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. การสร้างพันธมิตร หรือเครือข่าย หรือความร่วมมือในชุมชน เพื่อแบ่งปันส่งต่อ และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับคน/ธุรกิจ/ผู้ประกอบการในท้องถิ่น เช่น การแจกวัดป้องกันให้ผู้เข้าพักไปทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารในท้องถิ่น การร่วมทุนในการทำธุรกิจร่วมกัน การแนะนำส่งต่อลูกค้า เป็นต้น

4. การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและมรดกของท้องถิ่นผ่านรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น การให้บริการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม การใช้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในการตกแต่งสถานที่ การแนะนำบอกเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรม การจัดเส้นทางท่องเที่ยวในท้องถิ่น เป็นต้น

5. การกระตุ้นหรือชักจูงให้ผู้เยี่ยมเยือนมีการใช้จ่ายในท้องถิ่น เช่น การแนะนำให้ซื้อของที่ระลึก การแนะนำร้านอาหาร/ร้านกาแฟ การแนะนำทริปท่องเที่ยวในท้องถิ่น เป็นต้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น

Figure 1. Conceptual framework of the linking economic benefits from tourism to local communities. Adapted from Mitchell, J. & Ashley, C. (2006). *Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity*. London: Earthscan.

จากกรอบแนวคิดการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นที่แสดงในภาพที่ 1 เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจน จึงขออธิบายถึงแนวทางเบื้องต้นในการดำเนินงานและการขับเคลื่อนในทางปฏิบัติดังนี้

1) กำหนดขอบเขตและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สนใจ แนวทางการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น โดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมจะต้องมีความสนใจ รวมทั้งต้องมีการประเมินหรือให้ข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจหรือแรงจูงใจทางธุรกิจ

2) ศึกษาและวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน หรือประเมินความต้องการใช้วัตถุดิบ/สินค้าและบริการ และแรงงานของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สนใจแนวทางการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น ประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ของแนวทางการเชื่อมโยงทั้ง 5 รูปแบบข้างต้น ซึ่งได้แก่ การซื้อหรือว่าจ้างธุรกิจ/ผู้ผลิตในท้องถิ่น (ทั้ง SME และ SMMEs) การจ้างแรงงาน/การฝึกอบรมให้ความรู้และประสบการณ์กับคนท้องถิ่น การสร้างพันธมิตร/เครือข่าย/ความร่วมมือกับท้องถิ่น การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและมรดกของท้องถิ่น และการกระตุ้น/ชักจูงให้ผู้เยี่ยมเยือนมีการใช้จ่ายภายในท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นเป็นการเชื่อมโยงผลประโยชน์จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสู่ระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (destination) จากความหมายดังกล่าว จำเป็นต้องกำหนดขอบเขตท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายของการศึกษา และระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว หรือท้องถิ่นเป้าหมายที่ได้รับผลประโยชน์จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การศึกษานี้กำหนดให้กิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงคานเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ส่วนอำเภอเชียงคานเป็นท้องถิ่นที่ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวของถนนคนเดินเชียงคาน (เฉพาะที่สามารถประเมินเป็นตัวเงินได้) และมีธุรกิจที่พักแรมและร้านอาหารเป็นสองกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายของการศึกษา เนื่องจากทั้งสองกิจกรรมมีสัดส่วนมูลค่าการบริโภคและมูลค่าการผลิตสูงสุด

สำหรับวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็นสองส่วนสำคัญ ดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

ส่วนแรก: เป็นการศึกษาตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้สารสนเทศเกี่ยวกับมูลค่ารายรับที่เป็นไปได้จากการท่องเที่ยวในบริเวณถนนคนเดินเชียงคานตามโครงสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม บริการนำเที่ยว ฯลฯ การศึกษาส่วนนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรมและโครงสร้างการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนที่มาเยือนถนนคนเดินเชียงคาน หลังจากได้แบบสอบถามฉบับร่างแล้ว จึงนำไปปรึกษาผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องมือวัดและการท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบเนื้อหา ลำดับของข้อคำถาม และปรับปรุงเพิ่มเติมประเด็นคำถาม ก่อนนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบ (try out) กับประชากรเป้าหมาย (ผู้เยี่ยมเยือนที่มาเยือนถนนคนเดินเชียงคาน) จำนวน 30 ตัวอย่าง (เป็นจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์และทดสอบทางสถิติ) เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้งก่อนนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้พัฒนาและปรับปรุงคู่มือประกอบการเก็บข้อมูลฉบับสมบูรณ์ต่อไป หลังจากนั้น จึงนำไปใช้สัมภาษณ์ผู้เยี่ยมเยือนที่มาเยือนถนนคนเดินเชียงคานจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ที่กำหนดให้สัมภาษณ์ผู้เยี่ยมเยือนทุก ๆ ลำดับที่ 3 ที่สะดวกให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาต้องการทราบเพียงค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนที่มาเยือนถนนคนเดินเชียงคานในแต่ละรายการ โดยไม่มีการประยุกต์ใช้สถิติทดสอบหรือสถิติอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งไม่ทราบถึงจำนวนประชากรที่แท้จริง ดังนั้นจึงไม่สามารถกำหนดวิธีคำนวณขนาดที่เหมาะสมได้ การศึกษาจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตและรายงานการศึกษาเกี่ยวกับการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งพอจะนำมาอนุมานขนาดจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่น่าจะเป็นไปได้ตามที่ได้นำเสนอ

นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดความสะดวกและความผิดพลาดน้อยที่สุดในการบันทึกข้อมูล จึงพัฒนาฐานข้อมูลสำหรับบันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมา สำหรับ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามถูกตรวจสอบความถูกต้องและความเป็นไปได้ของคำตอบ ก่อนนำมาบันทึกลงฐานข้อมูลที่พัฒนาขึ้นมาเฉพาะ หลังจากนั้นจะนำข้อมูลโครงสร้างการใช้จ่ายไปวิเคราะห์ร่วมกับประมาณการจำนวนผู้เยี่ยมเยือนที่อยู่นบนพื้นฐานของแนวคิดการประมาณการจากการเข้าพักสถานที่พักแรมในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน เพื่อประเมินมูลค่ารายรับที่เป็นไปได้จากการท่องเที่ยวตามโครงสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม บริการนำเที่ยว ฯลฯ

ส่วนที่สอง: เป็นการศึกษาตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้สารสนเทศเกี่ยวกับรูปแบบและขนาดของการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ/สินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (ที่พักแรม และร้านอาหาร) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างด้วยแบบสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมาย (ผู้ประกอบการที่พักแรมจำนวน 23 ราย และร้านอาหารจำนวน 5 ราย (เป็นร้านอาหารหลักที่สำคัญที่ให้บริการผู้เยี่ยมเยือนในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน) ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลทางการเงินอย่างละเอียดเกี่ยวกับรายรับและต้นทุนการดำเนินงานและการจัดการ รวมถึงแหล่งที่มาของปัจจัยการผลิตและแรงงาน) เกี่ยวกับการดำเนินงานและการจัดการ กลุ่มลูกค้า การจ้างแรงงาน รายรับ-ต้นทุนของการดำเนินงานและการจัดการ (แยกตามกิจกรรม) ที่มาของปัจจัยการผลิตและหรือ/วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต กิจกรรมและหรือ/การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น ฯลฯ และการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้างกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำ/แกนนำชุมชน ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ เกษตรกร ตัวกลาง (supplier) ที่เป็นผู้รวบรวมและจำหน่ายผักหรือผลไม้สด เป็นต้น รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ และท้องถิ่นที่พำนักอาศัยใน อ.เชียงคาน จ.เลย จำนวนหนึ่งจนได้ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและที่มาของวัตถุดิบ/สินค้าและบริการ

ที่สอดคล้องกับความต้องการของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการกระจายสินค้าและบริการให้กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในบริเวณถนนคนเดิน เชียงคาน

แบบสัมภาษณ์ถูกพัฒนามาบนพื้นฐานแนวคิดการจัดทำตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (input-output table) เฉพาะในส่วนของการใช้ปัจจัยการผลิต (input) เพื่อนำมากำหนดโครงสร้างการใช้ปัจจัยการผลิตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป้าหมาย (ที่พักแรม และร้านอาหาร) ในเบื้องต้น ก่อนนำไปปรับปรุงให้อยู่ภายใต้ วัตถุประสงค์ของการศึกษา และสารสนเทศที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในอดีต รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเบื้องต้น และผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการให้บริการที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่ให้บริการที่พักแรม และอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ก่อนนำประเด็นคำถามดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสำรวจต่อไป (แบบสำรวจใช้สอบถามผู้ประกอบการที่พักแรมและร้านอาหารที่มีใช้กลุ่มเป้าหมายที่ยินดีตอบแบบสำรวจ) หลังจากได้แบบสัมภาษณ์ ลำดับต่อมาจะติดต่อและขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์ตามวันเวลาที่กลุ่มเป้าหมายสะดวก โดยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ตามโครงสร้างคำถามในแบบสัมภาษณ์พร้อมบันทึกข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ใน 2 แนวทาง ได้แก่

(1) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการใช้ปัจจัยการผลิตและการกระจายผลผลิต และข้อมูลเชิงคุณภาพอื่น ๆ ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) ควบคู่กับการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) บนพื้นฐานแนวคิดการเชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น โดยการวิเคราะห์จากภาพรวมที่เป็น

ประเด็นสำคัญ (major themes) ก่อนแยกออกเป็นประเด็นย่อย (sub themes) และ หัวข้อย่อย (categories) ในลำดับต่อมา หลังจากนั้นจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ ในลักษณะการบรรยาย (descriptive) ที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบและมูลค่าการเชื่อมโยง ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ท้องถิ่นของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในเรื่องความต้องการใช้วัตถุดิบ/สินค้าและบริการ ความต้องการแรงงาน (รวมถึงการฝึกอบรมให้ความรู้และเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับแรงงาน) การแนะนำหรือกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมเยือนใช้จ่ายในท้องถิ่น การส่งต่อลูกค้า การสร้างหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในรูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจ เครือข่าย และความร่วมมือกับชุมชน

(2) ข้อมูลเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้องกับการใช้ปัจจัยการผลิตถูกนำมาวิเคราะห์ ตามแนวทางการจัดทำบัญชีประชาชาติทางด้านการท่องเที่ยว (tourism satellite account) บนพื้นฐานของแนวคิดการจัดทำตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (input-output table) และประยุกต์ใช้กรอบแนวทางการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นที่เสนอโดย Mitchell and Ashley (2006) ศึกษารูปแบบการเชื่อมโยงดังกล่าว เพื่อแสดงโครงสร้างการใช้ปัจจัยการผลิต (input) สำหรับประเมินโครงสร้างของการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่กิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ของ อ.เชียงคาน จ.เลย ในรอบ 1 ปี (พ.ศ. 2564)

ผลการวิจัยเชิงสังเคราะห์

ผลการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกนำเสนอผลการสำรวจรูปแบบการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ท้องถิ่นของที่พักแรมและร้านอาหาร สำหรับส่วนที่สองเป็นผลการประมาณขนาดของการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ท้องถิ่นของที่พักแรมและร้านอาหาร โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

รูปแบบการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ท้องถิ่น

จากการสำรวจที่พักแรมและร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในถนนคนเดินเชียงคานมีรูปแบบการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นทั้ง 5 รูปแบบ คือ การซื้อสินค้า/วัตถุดิบในท้องถิ่น การจ้างแรงงานท้องถิ่น การสร้างพันธมิตร/เครือข่าย/ความร่วมมือในท้องถิ่น การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และการกระตุ้น/ชักจูงให้ผู้เยี่ยมเยือนใช้จ่ายในท้องถิ่น แต่มีระดับ/ความเข้มข้นในการเชื่อมโยงแตกต่างกัน โดยการจ้างแรงงานท้องถิ่นยังคงเป็นรูปแบบหลักและสำคัญ ซึ่งที่พักรแรมมีการจ้างแรงงานท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่ร้านอาหารมีการจ้างแรงงานท้องถิ่นเกือบทั้งหมด สำหรับการซื้อ/จ้างธุรกิจ/ธุรกิจในท้องถิ่น การกระตุ้นให้ผู้เข้าพักใช้จ่ายในท้องถิ่น และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่ที่พักรแรมมีการดำเนินการบางครั้ง ซึ่งแตกต่างจากร้านอาหารที่มีการดำเนินกิจกรรมทั้งสามเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการสร้างพันธมิตรในท้องถิ่นเป็นกิจกรรมที่มีการดำเนินการน้อยครั้งมากสำหรับที่พักรแรม และบางครั้งสำหรับร้านอาหาร (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 รูปแบบการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ท้องถิ่นของที่พักแรมและร้านอาหาร

รูปแบบการเชื่อมโยง	ที่พักแรม	ร้านอาหาร
1) การจ้างแรงงานที่เป็นคนท้องถิ่น	เป็นส่วนใหญ่	เกือบทั้งหมด
2) การซื้อ/จ้างธุรกิจ/ธุรกิจในท้องถิ่น	บางครั้ง	เป็นส่วนใหญ่
3) การกระตุ้นให้ผู้เข้าพักใช้จ่ายในท้องถิ่น	บางครั้ง	เป็นส่วนใหญ่
4) การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น	บางครั้ง	เป็นส่วนใหญ่
5) การสร้างพันธมิตรในท้องถิ่น	น้อยครั้งมาก	บางครั้ง

Note. Very rarely (< 20%), Sometimes (20-49%), Mostly (50-79%), and Almost all (> 80%).

แม้ว่าที่พักแรมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีการดำเนินกิจกรรมทั้ง 5 รูปแบบ แต่มีความหลากหลายและแตกต่างกันในแต่ละรูปแบบ โดยการให้บริการ/แนะนำให้ผู้ใช้พักใส่บาตรข้าวเหนียวในตอนเช้า และการแนะนำร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่เป็นร้านอาหารในท้องถิ่นให้กับผู้ใช้พักเป็นสองกิจกรรมหลัก ที่ที่พักแรมดำเนินการเกือบทุกครั้ง ส่วนกิจกรรมที่มีการดำเนินการเป็นส่วนใหญ่มีหลากหลายกิจกรรม เช่น การจ้างแรงงานที่เป็นคนท้องถิ่น การแนะนำร้านอาหาร การแนะนำให้ร่วมกิจกรรมชุมชน/ชื่อของที่ระลึกของท้องถิ่น เป็นต้น

สำหรับร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความเข้มข้นของการดำเนินกิจกรรมที่สร้างความเชื่อมโยงกับท้องถิ่นมากกว่าที่พักแรมในทุกรูปแบบ แต่มีความหลากหลายและแตกต่างกันในแต่ละรูปแบบน้อยกว่าที่พักแรม โดยการจ้างแรงงานที่เป็นคนท้องถิ่นเป็นกิจกรรมที่ร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีการดำเนินการอย่างเข้มข้นมากกว่าที่พักแรม โดยมีการจ้างแรงงานที่เป็นคนท้องถิ่นเกือบทั้งหมด สำหรับกิจกรรมที่มีการดำเนินการเป็นส่วนใหญ่มีหลากหลายกิจกรรม เช่น การใช้วัตถุดิบที่ซื้อจากจากร้านค้า/ผู้ค้าส่ง/ตัวกลางที่เป็นคนท้องถิ่น การจัดทำคูปองอาหารเข้าร่วมกับที่พักแรม การให้บริการ/แนะนำให้ใส่บาตรข้าวเหนียว การแนะนำให้ทำกิจกรรมวัฒนธรรมของท้องถิ่น (ผาสาดลอยเคราะห์) การแนะนำร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านอาหารของที่ระลึกของท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นต้น

ผลการประมาณขนาดการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ท้องถิ่น

จากข้อมูลของเทศบาลตำบลเชียงคาน ทำให้ทราบว่า พ.ศ. 2563 ในเขตเทศบาลตำบลเชียงคานมีที่พักแรมประมาณ 222 แห่ง และมีห้องพัก 1,780 ห้อง เกือบทั้งหมดตั้งอยู่ในบริเวณถนนคนเดินเชียงคานที่เป็นพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลตำบลเชียงคาน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสำรวจที่พักแรมบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน 23 แห่ง ใน พ.ศ. 2565 ที่พบว่า ที่พักแรมแต่ละแห่งในบริเวณถนนคนเดินเชียงคานจะมีจำนวนห้องพักเฉลี่ยประมาณ 8 ห้อง ดังนั้นจากข้อมูลทั้งสองส่วนสามารถประมาณการได้ว่า บริเวณถนนคนเดินเชียงคาน มีจำนวนห้องพักรวมขายต่อวันประมาณ

1,776 ห้อง ($222 \text{ แห่ง} \times 8 \text{ ห้อง} = 1,776 \text{ ห้อง}$) และต่อปีประมาณ 648,240 ห้อง ($1,776 \text{ ห้อง} \times 365 \text{ วัน} = 648,240 \text{ ห้อง}$) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่พักแรมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในเชิงลึก ทำให้ทราบว่า โดยปกติที่พักแรมบริเวณถนนคนเดินเชียงคานจะมีสัดส่วนของผู้เข้าพัก 2 คนต่อห้อง ประมาณร้อยละ 80 (อีกร้อยละ 20 พัก 1 คนต่อห้อง) และมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยต่อปี (occupancy rate: OR) ประมาณร้อยละ 45 (ช่วงฤดูท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 และนอกฤดูท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 30) จึงสามารถประมาณการได้ว่า ในกรณีปกติ ถนนคนเดินเชียงคานจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 525,100 คนต่อปี ($\{(648,240 \text{ ห้อง} \times 2 \text{ คน} \times 0.80) + (648,240 \text{ ห้อง} \times 0.20)\} \times 0.45 = 525,100 \text{ คนต่อปี}$) ขณะที่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เยี่ยมเยือน พ.ศ. 2565 พบว่า สัดส่วนของผู้เยี่ยมเยือนที่พักค้างคืน (หรือนักท่องเที่ยว) บริเวณถนนคนเดินเชียงคาน มีประมาณร้อยละ 60 ของผู้เยี่ยมเยือนที่เป็นตัวอย่างทั้งหมด ดังนั้นสามารถประมาณการได้ว่า ถนนคนเดินเชียงคานจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 350,100 คนต่อปี โดยสรุปแล้ว จากการประมาณการด้วยข้อมูลการเข้าพักของที่พักแรมในถนนคนเดินเชียงคานและข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้เยี่ยมเยือนที่มาเยือนถนนคนเดินเชียงคาน สรุปได้ว่า โดยปกติแล้วถนนคนเดินเชียงคานจะมีผู้เยี่ยมเยือนประมาณ 8.75 แสนคนต่อปี แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวประมาณ 5.25 แสนคนต่อปี และนักท่องเที่ยวประมาณ 3.50 แสนคนต่อปี

ขณะที่ข้อมูลการสำรวจโครงสร้างการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน พ.ศ. 2565 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายประมาณ 2,060 บาท ต่อคนต่อทริป และการใช้จ่ายในแต่ละรายการมีสัดส่วนของผู้เยี่ยมเยือนที่เป็นตัวอย่างใช้จ่ายในแต่ละรายการไม่เท่ากัน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 2) ดังนั้นจึงต้องคำนวณมูลค่ารายรับ โดยการถ่วงน้ำหนักด้วยสัดส่วนความแตกต่างของการใช้จ่ายในแต่ละรายการ ซึ่งจากผลการประมาณการทำให้ทราบว่า ในกรณีปกติ ถนนคนเดินเชียงคานจะมีรายรับจากผู้เยี่ยมเยือน (หรือการท่องเที่ยว) ประมาณ 826 ล้านบาทต่อปี ประมาณร้อยละ 74 หรือกว่า 610 ล้านบาทต่อปี มาจากการให้บริการของที่พักแรมและ

ร้านอาหาร (ประมาณร้อยละ 42 เป็นรายรับจากการให้บริการที่พักแรม (ผู้เข้าพักจะพักประมาณ 1 คืน) และอีกประมาณร้อยละ 32 เป็นรายรับจากการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม) ส่วนที่เหลือจะเป็นรายรับจากกิจกรรมที่เป็นบริการและสินค้าของชุมชน เช่น การขายของที่ระลึก การให้บริการนวดแผนโบราณ การให้บริการนำเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

ตารางที่ 2 ผลการประมาณการมูลค่ารายรับจากผู้เยี่ยมเยือนถนนคนเดินเชียงคาน
ในกรณีปกติ

รายการใช้จ่าย	สัดส่วนผู้เยี่ยมเยือน ที่ใช้บริการ (ร้อยละ)	ค่าใช้จ่าย ^{1/} (บาท/คน/ ทริป)	มูลค่ารายรับ ^{2/}	
			ล้านบาท/ปี	ร้อยละ
1) ที่พักแรม (ส่วนใหญ่พัก 1 คืน)	66.45	600	348.92	42.26
2) อาหารและเครื่องดื่ม	99.67	300	261.69	31.69
3) ของที่ระลึก	53.49	300	140.44	17.01
4) นวดแผนโบราณ	13.26	200	23.26	2.82
5) บริการนำเที่ยวในท้องถิ่น	10.96	200	19.19	2.32
6) เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวของท้องถิ่น	10.96	60	5.76	0.70
7) เข้าร่วมกิจกรรมกับคนท้องถิ่น	13.29	100	11.63	1.41
8) อื่น ๆ เช่น ซื้อเสื้อผ้า เครื่องประดับ ฯลฯ	5.65	300	14.83	1.08
รวมทั้งหมด	-	2,060	825.72	100.00

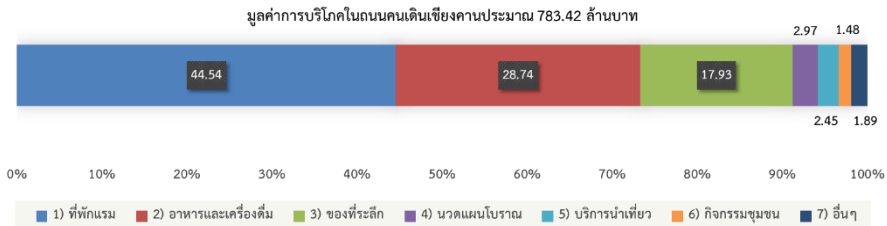
Note. ^{1/}it is the median because the answers are not normally distributed which results in the bias of calculated average.

^{2/}Estimated from 875,200 visitors.

มูลค่ารายรับจากผู้เยี่ยมเยือนถนนคนเดินเชียงคานที่แสดงในตารางที่ 2 เป็นมูลค่าการบริโภคของผู้เยี่ยมเยือนที่มาเยือนถนนคนเดินเชียงคาน ซึ่งมีทั้งที่บริโภคในบริเวณถนนคนเดินเชียงคานและนอกบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน โดยมีการใช้จ่าย

เพื่อบริโภคสินค้าและบริการสูงถึง 826 ล้านบาทต่อปี ประมาณร้อยละ 95 ของมูลค่าการบริโภคทั้งหมด หรือประมาณ 783 ล้านบาทต่อปี เป็นการบริโภคสินค้าและบริการเฉพาะบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน (เป็นการใช้จ่ายลงในขอบเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย หรือเป็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยตรงของถนนคนเดินเชียงคานที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือน) ส่วนการบริโภคสินค้าและบริการนอกบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 หรือ 42 ล้านบาท เป็นการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มประมาณร้อยละ 86 ส่วนอีกร้อยละ 14 เป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ Skywalk ซึ่งเป็นส่วนที่ใช้จ่ายนอกขอบเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย จึงไม่ได้นำมาคิดคำนวณว่าผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย (ถนนคนเดินเชียงคาน)

จากภาพที่ 2 ซึ่งเป็นมูลค่าการบริโภคของผู้เยี่ยมเยือนเฉพาะในถนนคนเดินเชียงคาน (ประมาณ 783 ล้านบาท) ไม่นับรวมมูลค่าการบริโภคนอกถนนคนเดินเชียงคาน ที่เป็นการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มและค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ Skywalk ประมาณ 42 ล้านบาท (รวมทั้งการบริโภคในและนอกถนนคนเดินเชียงคานมีมูลค่ารวมประมาณ 826 ล้านบาท) แสดงให้เห็นว่า มูลค่าการบริโภคบริเวณถนนคนเดินเชียงคานกว่าร้อยละ 45 เป็นการใช้จ่ายเพื่อใช้บริการที่พักแรม อีกร้อยละ 29 เป็นการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม ขณะที่การซื้อของที่ระลึกของท้องถิ่น เช่น มะพร้าวแก้ว พวงกุญแจ เสื้อผ้า เป็นต้น มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 18 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 8 เป็นการให้บริการอื่น ๆ เช่น บริการนวดแผนโบราณ บริการนำเที่ยวในท้องถิ่น กิจกรรมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น และการซื้อสินค้าและบริการอื่น ๆ ที่เป็นของท้องถิ่น



ภาพที่ 2 สัดส่วนการบริโภคสินค้าและบริการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงคานของผู้เยี่ยมเยือน

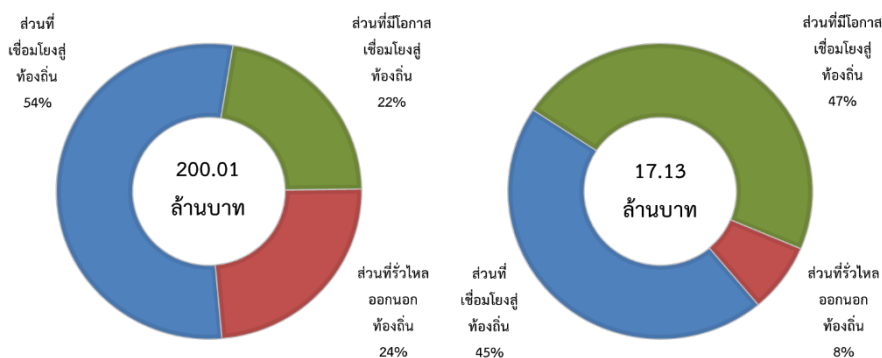
Figure 2. Proportion of visitors' consumption of tourism goods and services around Chiang Khan Walking Street

จากภาพที่ 2 พบว่า การบริโภคของผู้เยี่ยมเยือนบริเวณถนนคนเดินเชียงคานผ่านที่พักแรมและร้านอาหารที่มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 73 ของมูลค่าการบริโภคสินค้าและบริการทั้งหมดบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน ได้สร้างผลกระทบต่อเมืองที่เป็นผลกระทบทางอ้อมต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในท้องถิ่น ซึ่งจากสารสนเทศที่เป็นโครงสร้างต้นทุนการดำเนินงานของที่พักแรม พ.ศ. 2564 ที่ได้จากการการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการตัวอย่างจำนวน 6 ราย ในช่วงระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2565 และสารสนเทศจากโครงสร้างการบริโภคสินค้าและบริการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงคานของผู้เยี่ยมเยือนในภาพที่ 2 (สัดส่วนการบริโภค) รวมถึงผลการประมาณการมูลค่ารายรับจากผู้เยี่ยมเยือนถนนคนเดินเชียงคานในกรณีปกติที่แสดงในตารางที่ 3 (มูลค่าการใช้จ่ายเฉพาะที่เกิดขึ้นในถนนคนเดินเชียงคาน) พบว่า ประมาณร้อยละ 57 ของมูลค่าการใช้จ่ายเพื่อใช้บริการที่พักแรมในถนนคนเดินเชียงคานของผู้เยี่ยมเยือน เป็นการใช้จ่ายเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตและการจ้างงานของธุรกิจที่พักแรม (หรือประมาณ 200 ล้านบาท) และกว่าร้อยละ 54 ของมูลค่าการใช้จ่ายดังกล่าว หรือประมาณ 110 ล้านบาท เป็นส่วนที่มีการเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นอยู่แล้ว

โดยผ่านการจ้างแรงงานท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้คูปองเพื่อให้ผู้เข้าพักไปทานอาหารเข้ากับร้านอาหารในท้องถิ่น และการใช้บริการซัก-รีดที่เป็นของผู้ให้บริการในท้องถิ่น ส่วนอีกร้อยละ 22 หรือประมาณ 45 ล้านบาท เป็นส่วนที่มีโอกาสเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นผ่านการซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้า/ผู้ผลิตในท้องถิ่น และอีกร้อยละ 24 หรือประมาณ 48 ล้านบาท เป็นส่วนที่รั่วไหลออกนอกท้องถิ่น ในลักษณะของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบริการสาธารณะ เช่น ค่าไฟฟ้า น้ำประปา บริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทั้งนี้มีข้อสังเกตที่สำคัญว่า นอกจากในเรื่องของการซื้อวัตถุดิบ/อุปกรณ์แล้ว ความต้องการใช้บริการช่างฝีมือสำหรับซ่อมแซมปรับปรุงห้องพักเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่มีโอกาสที่จะเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากที่พักแรมสู่ท้องถิ่น (ภาพที่ 3ก.)

สำหรับในกรณีของร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จากสารสนเทศของโครงสร้างต้นทุนการดำเนินงานของร้านอาหาร พ.ศ. 2564 ที่ได้จากการการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการตัวอย่างจำนวน 5 ราย ในช่วงระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2565 และสารสนเทศจากโครงสร้างการบริโภคสินค้าและบริการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงคานของผู้เยี่ยมเยือนในภาพที่ 2 (สัดส่วนการบริโภค) รวมถึงผลการประมาณการมูลค่ารายรับจากผู้เยี่ยมเยือนถนนคนเดินเชียงคานในกรณีปกติที่แสดงในตารางที่ 3 (มูลค่าการใช้จ่ายเฉพาะที่เกิดขึ้นในถนนคนเดินเชียงคาน) พบว่า การบริโภคอาหารที่ร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทั้ง 5 แห่ง มีสัดส่วนมูลค่าการบริโภคจากผู้เยี่ยมเยือนประมาณร้อยละ 13 ของมูลค่าการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดของผู้เยี่ยมเยือนถนนคนเดินเชียงคาน โดยประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าดังกล่าว หรือประมาณ 17 ล้านบาท เป็นการใช้จ่ายเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตและการจ้างงานของร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และประมาณร้อยละ 45 หรือประมาณกว่า 7.8 ล้านบาท เป็นส่วนที่มีการเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นอยู่แล้ว โดยผ่านการจ้างแรงงานในท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้ปลาแม่น้ำโขงที่รับซื้อจากคนท้องถิ่น และการซื้อขนมหรือพาท้องถิ่นที่ผลิตและขายโดยคนท้องถิ่น ส่วนอีกร้อยละ 47 หรือประมาณ

8.1 ลานบาท เป็นส่วนที่มีโอกาสเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นผ่านการซื้อวัตถุดิบจากร้านค้า/ผู้ผลิตในอำเภอเชียงคน เช่น ไข่ไก่ พืชผัก เนื้อสัตว์ (เนื้อไก่ หมู) เป็นต้น สำหรับส่วนที่รั่วไหลออกนอกท้องถิ่นที่ซึ่งมีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับสองส่วนแรก โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 8 หรือประมาณ 1.3 ลานบาท เป็นส่วนของการใช้จ่ายในบริการสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น ทั้งนี้จากกรณีของร้านอาหารจะเห็นได้ว่า มีโอกาสที่ท้องถิ่นจะเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้มากขึ้น หากมีการส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรในท้องถิ่นผลิตวัตถุดิบประเภท ไข่ไก่ พืชผัก เนื้อไก่ เพื่อทดแทนการพึ่งพา (หรือนำเข้า) จากนอกพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ในการผลิตวัตถุดิบดังกล่าว ผลผลิตของเกษตรกรต้องมีคุณภาพตรงกับความต้องการของร้านอาหาร รวมทั้งมีความต่อเนื่องของการผลิต (ภาพที่ 3ข.)



ก. ที่พักแรม

ข. ร้านอาหาร

ภาพที่ 3 สัดส่วนการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากที่พักแรมและร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายบริเวณถนนคนเดินเชียงคน

Figure 3. Proportion of linkages of economic benefits from targeted accommodation and restaurant businesses around Chiang Khan Walking Street

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาการท่องเที่ยวในบริเวณถนนคนเดินเชียงคานมีรูปแบบการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นมากขึ้นแตกต่างกัน ดังที่ Yodsuwan et al. (2019) ได้สรุปพอเป็นใจความสำคัญที่แสดงให้เห็นภาพมิติของการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจบางประการของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับท้องถิ่น เช่น มิติของการกระจายรายได้ การจัดซื้อผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น การรับช่วงการผลิต การจ้างแรงงานท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในการพัฒนา/ออกแบบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับท้องถิ่น เป็นต้น ทั้งนี้ในการเชื่อมโยงดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวถูกใช้เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เกิดการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่ UNCTAD (2014) ได้แนะนำและให้ข้อเสนอแนะ อย่างไรก็ตาม การจ้างงานคนท้องถิ่นเป็นรูปแบบการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวถนนคนเดินเชียงคานสู่ท้องถิ่น ซึ่งทั้งที่พักแรมและร้านอาหารมีการดำเนินการมากที่สุด สอดคล้องกับข้อค้นพบจากการศึกษาในอดีตที่ว่า แม้ว่าจะมีการเข้าไปส่งเสริม สนับสนุน และดำเนินงานเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นในรูปแบบและมิติที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจ้างแรงงานในท้องถิ่น และการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว หรือเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้ากับท้องถิ่น อย่างเช่น การศึกษาใน South Africa, Eastern Caribbean States, Costa Rica} ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย, Kumanrakom in Kerala, India, สปป. ลาว และ Uganda เป็นต้น (Adiyia & Vanneste, 2018; Chettiparamb & Kokkranikal, 2012; Kumar, Bobbin, & Goodwin, 2015; Lacher & Nepal, 2010; Mitchell & Ashley, 2006; Trejos & Chiang, 2009; UNCTAD, 2014; World Bank, 2008)

ขณะที่ผลการประเมินพบว่า ที่พักแรมและร้านอาหารมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นคิดเป็นมูลค่า 115.76 ล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 53 ของมูลค่าการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากที่พักแรมและร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน) และมีโอกาสเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่น 52.07 ล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 24 โดยรายรับของที่พักแรมมีการเชื่อมโยงสู่ท้องถิ่นในสัดส่วนที่สูงกว่าร้านอาหารเล็กน้อย แต่ร้านอาหารกลับมีสัดส่วนที่มีโอกาสเชื่อมโยงรายรับสู่ท้องถิ่นมากกว่าหากมีการส่งเสริมให้ใช้ผลิตผลทางการเกษตรที่ผลิตโดยคนในท้องถิ่นแทนการซื้อจากภายนอก อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งสองยังคงมีบางส่วนที่จำเป็นต้องเป็นส่วนที่รั่วไหลออกนอกท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบริการสาธารณะ เช่น ค่าไฟฟ้า น้ำประปา บริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ทั้งนี้ จากข้อมูลเชิงประจักษ์ดังกล่าวเป็นที่ยืนยันว่า การดำเนินงานเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะเมื่อสนับสนุนให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Kaosa-ard & Untong, 2014; Phaokrueng, Untong, & Poonoi, 2020; Untong & Phaokrueng, 2021) นอกจากผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างการสร้างและกระจายรายได้ และเกิดการจ้างงานในท้องถิ่นแล้ว การศึกษาในอดีตยังแสดงให้เห็นว่า สามารถใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยลดความยากจนภายในท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้ รวมถึงการนำมาสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ในอนาคต (Adiyia & Vanneste, 2018; Anderson & Juma, 2014) นอกจากนี้ การเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นยังเป็นแนวทางหนึ่งของการดำเนินการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Untong & Guntawongwan, 2022) โดยการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยุติธรรม การก่อให้เกิดการจ้างงานที่มั่นคง การสร้างโอกาสในการได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อบรรเทาความ

ยากจนในชุมชน/ท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Goodwin, 2016; UNWTO, 2004)

อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน และควรพิจารณาองค์ประกอบในมิติอื่น ๆ ของผลกระทบจากการท่องเที่ยวร่วมด้วยเสมอ เช่น การตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบต่อสังคม-วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การสะสมและสร้างทุนทางสังคมร่วมกันภายในท้องถิ่นทั้งที่เป็นผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน ภาครัฐ และคนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของทรัพยากร เป็นต้น เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นไม่สามารถทำได้แต่เพียงการมุ่งดำเนินกิจกรรมการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับมิติอื่น ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นที่ซึ่งประกอบด้วย เช่น ทุนทางสังคม การมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น ปัญหาและผลกระทบที่ตามมาทั้งในเรื่องของปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นมีดังนี้ 1) พัฒนา digital local economy system ที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงผู้เสนอซื้อกับผู้เสนอขาย โดยให้อยู่ในรูปแบบ application ที่มีฐานข้อมูลผู้เสนอซื้อ ผู้เสนอขาย สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง และควรอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการชุมชน/ท้องถิ่น 2) ออกแบบสินค้า/บริการที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนชุมชน โดยศึกษา persona และ customer journey ของกลุ่มผู้เยี่ยมชม และประยุกต์ใช้ design thinking ในการออกแบบสินค้า/บริการท่องเที่ยว 3) สนับสนุน ส่งเสริม และสร้างแรงจูงใจให้คนท้องถิ่นมีโอกาสทางธุรกิจที่เชื่อมต่อกับ supply chain ของการท่องเที่ยว 4) กระตุ้น สนับสนุน และส่งเสริมให้กลุ่มหลักภายในท้องถิ่น (ภาคประชาชน ภาคเอกชน และภาครัฐ) ร่วมกันออกแบบแนวทางและขับเคลื่อน การบริหารจัดการในการสร้างโอกาสให้

คนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว และ 5) สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาที่ทำให้เกิดการเพิ่มห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ของการท่องเที่ยวชุมชนที่เปิดโอกาสให้เชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- Adiyia, B. & Vanneste, D. (2018). Local tourism value chain linkages as pro-poor tools for regional development in western Uganda. *Development Southern Africa*, 35(2), 210-224.
- Adiyia, B., et al. (2015). Analysing governance in tourism value chains to reshape the tourist bubble in developing countries: The case of cultural tourism in Uganda. *Journal of Ecotourism*, 14(2-3), 113-129.
- Anderson, W. & Juma, S. (2014). Linkages at tourism destinations: Challenges in Zanzibar. *ARA Journal of Tourism Research*, 3(1), 27-41.
- Butler, R. W. (2011). *Tourism Area Life Cycle*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Chettiparamb, A. & Kokkranikal, J. (2012). Responsible tourism and sustainability: the case of Kumarakom in Kerala, India. *Journal of Policy Research in Tourism*, 4(3), 302-326.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible tourism: Using Tourism for Sustainable Development*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Hall, C. (2007). *Sustainable tourism Development: Geographical Perspectives*. Harlow: Addison Wesley Longman.
- Holden, A. (2013). *Tourism, poverty and development*. New York: Routledge.

- Kaosa-ard, M. & Untong, A. (2014). *A Literature Survey of The Tourism Economy of Thailand*. Chiang Mai: Publish Policy Studies Institute Foundation.
- Kumar, R., Bobbin, J., & Goodwin, H. (2015). *Tourism Impacts in Kumarakom, Kerala*. Responsible Tourism Partnership Working Paper 2. n.p. : N.P.
- Lacher, R. G. & Nepal, S. K. (2010). From leakages to linkages: local-level strategies for capturing tourism revenue in northern Thailand. *Tourism Geographies*, 12(1), 77-99.
- Meyer, D. (2007). Pro-poor tourism: From leakages to linkages. A conceptual framework for creating linkages between the accommodation sector and ‘poor’ neighbouring communities. *Current Issues in Tourism*, 10(6), 558-583.
- Mitchell, J. & Ashley, C. (2006). Can tourism help reduce poverty in Africa? *ODI Briefing Paper (March 2006)*, London: Overseas Development Institute.
- Mitchell, J. & Ashley, C. (2010). *Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity*. London: Earthscan.
- Phaokrueng, A., Untong, A., & Poonoi, P. (2020). Economic benefits of community-based tourism’s management: a case study of Ban Bua, Muang District Phayao. *Journal of Management Sciences*, 7(1), 153-174.
- Pillay, M. & Rogerson, C. M. (2013). Agriculture-tourism linkages and pro-poor impacts: The accommodation sector of urban coastal KwaZulu-Natal, South Africa. *Applied Geography*, 36(January), 49-58.
- Trejos, B. & Chiang, L-R. N. (2009). Local economic linkages to community-based tourism in rural Costa Rica. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 30(3), 373-387.

- UNCTAD. (2014). *Enhancing Backward Linkages between Tourism and Other Sectors in Lao People's Democratic Republic*. Geneva: United Nations.
- Untong, A. & Guntawongwan, K. (2022). *The Effect of Responsible Tourism Management on Business, Community and Visitors*. Chiang Mai: School of Tourism Development, Maejo University.
- Untong, A. & Phaokruen, A. (2021). Community capital and economic returns of Koh Yao Noi community based tourism, Phang Nga Province. *Journal of Economics and Management Strategy*, 8(1), 1-18.
- World Bank. (2008) *Organization of Eastern Caribbean States - Increasing Linkages of Tourism with the Agriculture, Manufacturing, and Service Sectors*. Washington, D.C: World Bank.
- Yodsuwan, C., et al. (2019). Local economic linkage between private enterprises and local communities: A comparative case study of Thailand tourism business developments. *MFU Connexion*, 8(2), 19-35.