



รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

โครงการกิจกรรม “GEN-Y เที่ยวไทย สไตล์ยั่งยืน”

GEN-Y TRAVEL IN THAILAND BY SUSTAINABILITY

โดย

นางสาวหนึ่งฤทัย	พวงสาม	รหัสนักศึกษา 5604400081
นางสาววรรณกานต์	รักษาพงษ์	รหัสนักศึกษา 5604400128
นางสาวสุดารัตน์	ข้าเขียว	รหัสนักศึกษา 5704400169

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อโครงการ (ภาษาไทย) โครงการกิจกรรม Gen – Y เที่ยวไทย สไตล์ยั่งยืน
(ภาษาอังกฤษ) GEN – Y TRAVEL IN THAILAND BY
SUSTAINABILITY

รายชื่อผู้จัดทำ 1. นางสาวหนึ่งฤทัย พวงสาม รหัสนักศึกษา 5604400081
2. นางสาววรรณกานต์ รักษาพงษ์ รหัสนักศึกษา 5604400128
3. นางสาวสุดารัตน์ ขำเขียว รหัสนักศึกษา 5704400169

ภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ชาญชัย ประคินกิจ

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการสอบโครงการ


.....อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ชาญชัย ประคินกิจ


.....พนักงานที่ปรึกษา

คุณอำนาจ สุดตาชัย


.....กรรมการกลาง

อาจารย์กฤต จุระกะนิศย์


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผศ.ดร. มารูจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ :	โครงการกิจกรรม “GEN-Y เทียวไทย สไตล์ยั่งยืน”
หน่วยกิต :	5
ชื่อนักศึกษา :	นางสาวหนึ่งฤทัย พวงสาม นางสาววรรณกานต์ รักษาพงษ์ นางสาวสุภารัตน์ ขาเขียว
อาจารย์ที่ปรึกษา :	อาจารย์ชาญชัย ประคินกิจ
ระดับการศึกษา :	ปริญญาตรี
สาขาวิชา :	การท่องเที่ยว
คณะ :	ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา :	1/2560

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักสำคัญอย่างหนึ่งของประเทศไทย เพราะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดและน่าสนใจอย่างมาก ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นสินค้าที่ทรงคุณค่าส่งผลให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวถูกใช้ไปอย่างสิ้นเปลือง ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่มีชื่อว่า ท่องเที่ยวเก้ไก้อย่างยั่งยืน

โครงการกิจกรรม “GEN-Y เทียวไทย สไตล์ยั่งยืน” จึงสอดคล้องกับแนวคิดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงคณะผู้จัดทำได้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการคิดโครงการนี้ขึ้นมาเป็นการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยผ่านนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 – 2543 ภายในโครงการจะมีกิจกรรมเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตใต้สำนึกต่อการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า ทั้งนี้ยังเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการใส่ใจทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่นการแต่งกายชุดพื้นบ้าน การรับประทานอาหารมังสวิรัต รวมไปถึงกิจกรรม CSR ณ ชุมชนพระบาทห้วยต้ม จังหวัดลำพูน

นักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y จะได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รับรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนและทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงได้ร่วมบอกเล่าถึงประสบการณ์ที่ดีเพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้หันมาใส่ใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

คำสำคัญ : GEN-Y / เทียวไทย / สไตล์ยั่งยืน / ชุมชนพระบาทห้วยต้ม จ.ลำพูน

Project Title: GEN-Y Travel in Thailand By Sustainability

Credits: 5

By: Ms.Nuengruethai Puansam

Ms.Vannakan Raksaphong

Ms.Sudarat Khumkhew

Advisor: Mr.Chanchai Prakinkit

Degree: Bachelor of Arts

Major: Tourism

Faculty: Liberal Arts

Semester / Academic year: 1/2017

Abstract

Nowadays, the tourism industry is one of the major driving factors in Thailand, as it can generate a large amount of income for the country. Tourism business is highly attractive and interesting. Tourist attractions have become valuable products; however, they are utilized and exploited. In 2018, Tourism Authority of Thailand (TAT) has a tourism promoting plan under the slogan "Amazing Thailand Tourism Year 2018".

The project "GEN-Y travel in Thailand by sustainability" aims to investigate TAT's concept. The objective of this project was to conserve and promote sustainable tourism. The authors initiated the creative idea to develop this project to be in line with TAT's vision by focusing on GEN-Y tourists aged during 1981-2000. Moreover, domestic and international tourists are invited to pay their attention to tourism resources. For example, local costumes, vegetarian food consumption, and CSR activities at Baan Phra Bat Huai Tom, Lamphun are promoted.

It was found that GEN-Y tourists would be part of the conservation and promotion of sustainable tourism, to recognize the value of tourism resources. Besides, local people could earn extra income via tourism.

Keywords: GEN-Y / Tourism In Thailand/ Sustainable Style / Baan Phra Bat Huai Tom, Lamphun

Approved by

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติโครงการสหกิจศึกษา ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 21 สิงหาคม 2560 ถึงวันที่ 8 ธันวาคม 2560 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์เพิ่มมากยิ่งขึ้นและสามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตจริง โครงการฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีจากความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณศศิธร พูลสุข หัวหน้างานแผนปฏิบัติการตลาดภาคเหนือ
2. คุณจิรศักดิ์ อ่วมอุไร หัวหน้างานกิจกรรมในประเทศ
3. คุณนนทิพัฒน์ รัควานิซ หัวหน้างานแผนปฏิบัติการตลาดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. คุณรัตนวรรณ วัฒนบุชา พนักงานส่งเสริมกิจกรรมในประเทศ
5. อาจารย์ชาญชัย ประคินกิจ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาเพื่อโครงการกิจกรรมฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตการทำงานจริงในอนาคต ซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาวหนึ่งฤทัย พวงสาม

นางสาววรรณกานต์ รักษาพงษ์

นางสาวสุภารัตน์ จำเขียว

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ประวัติและหน้าที่ความรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3
2.2 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	5
2.3 หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสิ่งที่ควรปฏิบัติตาม	6
2.4 การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	7
2.5 ปัจจัยของการท่องเที่ยว	8
2.6 วัตถุประสงค์กับการท่องเที่ยว	9
2.7 เจเนอเรชั่น วาย (Generation Y)	11
2.8 ชุมชนบ้านแม่ห้วยด้อม จ.ลำพูน	15
2.9 หลักการกลยุทธ์ทางการตลาด 4P (Marketing Mix)	18

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ	19
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑการให้บริการหลักขององค์กร	20
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร	21
3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	22
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	22
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	22
3.7 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน	23
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้	24
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 การนำเสนอโครงการกิจกรรม	25
4.2 วิธีการทำโครงการ	26
4.3 ข้อมูลโครงการที่นำเสนอ	28
4.4 สรุปผลโครงการ	46
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการงาน	51
5.2 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา	52
บรรณานุกรม	53
ภาคผนวก ก	55
ภาคผนวก ข	64

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ภาคผนวก ก	68
ประวัติผู้เขียน	70



สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน	23
ตารางที่ 2 รายชื่อพนักงานเข้าร่วมการนำเสนอโครงการ	25
ตารางที่ 3 การให้คะแนนนำเสนอโครงการ	46
ตารางที่ 4 การให้คะแนนนำเสนอโครงการ	46
ตารางที่ 5 การให้คะแนนนำเสนอโครงการ	47



สารบัญรูปภาพ

เรื่อง	หน้า
รูปที่ 1 สัญลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	19
รูปที่ 2 แผนที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	19
รูปที่ 3 ชุมชนพระบาทห้วยต้ม จังหวัดลำพูน	31
รูปที่ 4 แผนที่สถานที่ พระบาทห้วยต้ม	32
รูปที่ 5 การแสดงกลองสะบัดชัยและฟ้อนดาบจากเด็กในชุมชน	35
รูปที่ 6 ชันโตกมั่งสวิริติ	35
รูปที่ 7 สอนหนังสือน้อง	36
รูปที่ 8 เล่นเกมสั่วมสนุกกัน	36
รูปที่ 9 นายวิมล สุขแดง	37
รูปที่ 10 วิถีชีวิตชาวปกาเกอะญอ	38
รูปที่ 11 เจ้าของเพจ I Rome Alone และ Papaii.com	38
รูปที่ 12 กรรมวิธีการทำเต้าหู้สด	39
รูปที่ 13 ตกแต่งเต้าหู้สด	39
รูปที่ 14 พระมหาธาตุเจดีย์ศรีวิชัย	40
รูปที่ 15 วัดพระบาทห้วยต้ม	40
รูปที่ 16 ผู้สนับสนุนโครงการ	42
รูปที่ 17 สื่อประชาสัมพันธ์โครงการ	43
รูปที่ 18 ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ	44
รูปที่ 19 ของที่ระลึกโครงการ (หมวก)	44

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักสำคัญอย่างหนึ่งของประเทศไทยเพราะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดและน่าสนใจอย่างมาก ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นสินค้าที่ทรงคุณค่าสำหรับการท่องเที่ยว และเมื่ออัตราการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวถูกใช้ไปอย่างสิ้นเปลืองในที่สุด

ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่มีชื่อว่า ท่องเที่ยวเก๋ไก๋ อย่างยั่งยืน โดยสถานประกอบการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฝ่ายแผนปฏิบัติการตลาดภายในประเทศ และฝ่ายกิจกรรม ได้มอบหมายนักศึกษาที่ออกปฏิบัติสหกิจศึกษาคิดโครงการกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ และทางสถานประกอบการสามารถนำโครงการที่นักศึกษาสหกิจนำเสนอมาเป็นโครงการกิจกรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง ดังนั้นคณะผู้จัดทำจึงเลือกทำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบสไลด์ยั่งยืน โดยผ่านนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่อยู่ในช่วงอายุ 20 – 37 ปี เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า มีความคิดสร้างสรรค์ชอบบอกต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวผ่านทางโซเชียลมีเดีย รวมไปถึงมีความใส่ใจและตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีไลฟ์สไตล์ต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นคือต้องการที่จะลงลึกไปถึงท้องถิ่นและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อย่างลึกซึ้ง เพื่อที่จะสัมผัสวิถีชีวิตวัฒนธรรมความเป็นอยู่อย่างแท้จริง และเป็นการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งโครงการจะถูกจัดขึ้นที่ชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้ม หมู่ที่ 8 ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบวิถีชุมชนมีทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก รวมไปถึงทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทรัพยากรหัตถกรรมสืบต่อจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรต่างๆ ที่เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และอาจทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นเสื่อมโทรมได้ เช่น ความเสื่อมโทรมทางสถานที่ของชุมชน ความสมดุลของวิถีการดำเนินชีวิตชุมชนในด้านต่างๆ

ดังนั้นกลุ่ม GEN-Y จึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่าในรูปแบบสไลด์ยั่งยืน สามารถเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้หันมาใส่ใจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกันมาก

ยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงเป็นที่มาของแนวคิดโครงการ “GEN-Y เที่ยวไทย สไตล์ยั่งยืน” โดยภายในโครงการจะมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมมือกันทำมากมาย เช่น กิจกรรม CSR กิจกรรมทำเต้าหู้ ฯลฯ และศึกษาวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อจัดทำโครงการ “GEN-Y เที่ยวไทย สไตล์ยั่งยืน”

1.2.2 เพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่สามารถตระหนักและรับรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตของพื้นที่จัดทำโครงการ

- จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการจำกัดเพียง 30 คน
- สถานที่ในการดำเนินการเป็นชุมชนไม่มีช่วงเวลาเปิด-ปิดจึงสามารถเดินทางได้ตลอดเวลา

1.3.2 ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาค้นคว้าข้อมูล

- ศึกษาสถานที่จัดทำโครงการที่มีทรัพยากรทรงคุณค่าน่าสนใจและแปลกใหม่
- ศึกษากิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและหลากหลายทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมรองเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 โครงการสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่สามารถตระหนักและรับรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.4.2 สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนและสามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยเกิดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจับจ่ายใช้สอยในชุมชน

1.4.3 คณะผู้จัดทำได้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการคิดโครงการนี้ขึ้นมาและเป็นการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ขององค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างแท้จริง

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการนำเสนอโครงการกิจกรรม “ Gen – Y เทียวไทย สไตลิ่งยั่งยืน” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบยั่งยืน คณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 ประวัติและหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การส่งเสริมการท่องเที่ยว เกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้นทำหน้าที่รับรอง และ ให้ความสะดวก แก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรมรถไฟ เจริญสะพานนางพวงศ์ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้ย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์ และคมนาคมด้วย แต่ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ มีสำนักงานตั้งที่ถนนเจริญกรุง หน้าไปรษณีย์กลาง การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจนใน พ.ศ. 2479 เมื่อกระทรวงเศรษฐกิจ เสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อคณะรัฐมนตรี

โดยเสนอแผนและวัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ประการ คือ

1. งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว
2. งานรับรองนักท่องเที่ยว
3. งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

ในการเสนอโครงการนี้ กระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอให้จัดเป็นรูปของสมาคมการท่องเที่ยว คณะรัฐมนตรีประชุมปรึกษา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2479 มีมติรับหลักการของการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่รับหลักการในการจัดตั้งให้เป็นรูปสมาคม ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ดำเนินงานโดยให้กระทรวงเศรษฐกิจ เป็นเจ้าของเรื่องกระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอให้จัดเป็นรูปของสมาคมการท่องเที่ยว คณะรัฐมนตรีประชุมปรึกษา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2479 มีมติรับหลักการของการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่รับหลักการในการจัดตั้งให้เป็นรูปสมาคม ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ดำเนินงานโดยให้กระทรวงเศรษฐกิจ เป็นเจ้าของเรื่อง กระทรวงเศรษฐกิจได้มอบงานนี้ให้กรมพาณิชย์ เป็นผู้จัดทำเพราะ

กรมพาณิชย์มีแผนส่งเสริมพาณิชย์ และท่องเที่ยวอยู่กระทรวงเศรษฐกิจได้ดำเนินการเรื่องนี้ต่อมา จนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น และสำนักงานถูกระเบิด จึงเลิกกิจการไปชั่วคราว

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นควรปรับปรุงหน่วยงานท่องเที่ยว ขึ้นใหม่จึงได้มีมติให้กรมโฆษณา การยกร่างโครงการปรับปรุงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา ในการประชุม เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้ กรมโฆษณาการพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว กรมโฆษณาการได้ทำความเข้าใจกับกระทรวง เศรษฐกิจ ซึ่งในสมัยนั้นมีชื่อว่า กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ขอโอนกิจการส่งเสริมการ ท่องเที่ยว จากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาอยู่กับกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และ ให้เรียกส่วนงานนี้ว่า “สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว” ใช้งบประมาณของกรมโฆษณาการเป็น บประมาณค่าใช้จ่ายของสำนักงานนี้ ต่อมากรมโฆษณาการได้พิจารณาเห็นว่ากิจการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวกำลังตื่นตัวในประเทศไทยมาก จึงได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีฐานะ เทียบเท่ากอง เรียกว่า “สำนักงานท่องเที่ยว” โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรม โฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493 ใน พ.ศ. 2501 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ไปพัก รักษาตัวอยู่ ณ โรงพยาบาลวอลเตอร์รีด สหรัฐอเมริกา ได้ศึกษากิจการท่องเที่ยวด้วยความสนใจ และได้ดำริที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจัง ในปีต่อมาเมื่อจอม พลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการ กรม ประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด “สำนักงานท่องเที่ยว” ออก แล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระ เรียกว่า “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” มีชื่อย่อว่า “อ.ส.ท.” โดยพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502

ในระยะแรกสถานที่ทำการขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อาศัย อาคารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นสำนักงาน ต่อมาได้ย้ายมาเปิดดำเนินงาน ณ สำนักงานถนนศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2503 ได้ประกอบพิธีเปิด “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2503 องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยพระราช กฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 นั้น มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วน ใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอานาจ หน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในด้านการพัฒนา อนุรักษ์ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และ การส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และ ดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความ ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย สภานิติบัญญัติแห่งชาติซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วปรากฏว่า ร่าง

พระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ผ่านการพิจารณา ส่วนพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผ่านการพิจารณาประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 จัดตั้ง “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ขึ้น มีชื่อย่อว่า “ททท.”

2.2 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง เป็นการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและความงามทางสุนทรียภาพโดยที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้เป็นอย่างดี

Cleverdon และ WTO (1999:5 อ้างถึงใน สรัสวดี อาสาสรรพกิจ, ๒๕๔๒ :๑๐) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป ขอบเขตการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกส่วนของการท่องเที่ยว คือ

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องดำรงอยู่ได้
2. นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงอย่างสม่ำเสมอ
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย
4. กิจกรรมบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ
5. ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมต้องไม่มีหรือน้อย

ที่สุด

การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาระบบย่อยองค์ประกอบของการจัดการ การท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่แต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้นรวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

ระบบการท่องเที่ยวสำคัญแบ่งออกเป็น 3 ระบบดังนี้คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหมายถึง สภาพทางกายภาพของทรัพยากรซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2. การบริการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ

3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

การท่องเที่ยวในแต่ละระบบมีองค์ประกอบที่มีบทบาทและหน้าที่แตกต่างกันและมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางสังคมและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆในพื้นที่ ระบบนิเวศ ป่าไม้ แหล่งน้ำ และอากาศ ตลอดจนการบริหารและจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้อาจส่งผลต่อการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรง และทางอ้อม

2.3 หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสิ่งที่ควรปฏิบัติตาม

การจัดการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม ต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงรวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทางและประสบความสำเร็จ (โครงการศึกษาวิจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์และสถาบันดำรงราชานุภาพ, ๒๕๔๓ :๖)

วิธีการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี
2. ลดการบริโภคที่ไม่จำเป็น
3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม
4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
5. เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น
6. การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่น
7. การปรึกษาหารืออยู่เสมอของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
8. การฝึกอบรมบุคลากร เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
9. มีการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อยกระดับความพึงพอใจ
10. มีการวิจัยและติดตามตรวจสอบประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

2.4. การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการเปิดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนมากขึ้น การที่มีคนเข้ามาใช้ทรัพยากรธรรมชาติย่อมมีผลกระทบและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ของชุมชนอย่างมากและรวดเร็ว แต่การที่ชุมชนเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวเองทำให้การบริหารทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชนไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.1. การดูแล รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนต้องมีปัจจัยทางด้านกายภาพ เช่น มีแหล่งท่องเที่ยว มีสินค้าทางการท่องเที่ยว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นต้น ที่มีจำนวนและคุณภาพเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในขณะเดียวกัน จะต้องมีการบริหารจัดการปัจจัยด้านกายภาพให้คงอยู่ ไม่ถูกทำลายไปจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน กล่าวคือ จะต้องมีการดูแลรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติโดยรอบของชุมชนไว้เพื่อไม่ให้ทรัพยากรทางธรรมชาติเสื่อมสลายไป โดยมีระเบียบสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นชาวชุมชนที่อาศัยอยู่ เช่น ห้ามตัดต้นไม้ ทำลายป่า ห้ามไม่ให้มีการล่าสัตว์ทุกชนิด ทั้งยังไม่ให้ปลูกสิ่งก่อสร้างกีดขวางบริเวณใกล้แหล่งน้ำและไม่ให้ทิ้งขยะ ลงในน้ำ แสดงให้เห็นว่าชาวชุมชนได้มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีประโยชน์ต่อชุมชน ร่วมมือ ร่วมใจกันดูแลรักษาให้ทรัพยากรที่มีอยู่ดำรงไว้อย่างยั่งยืน

2.4.2. การอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีของชุมชน

ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วนใหญ่เป็นการเสนอขายถึงวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน จึงเป็นเครื่องมือประการหนึ่งที่ทำให้ชุมชนได้มีการอนุรักษ์ สืบสาน วัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ของชุมชนไว้ โดยชุมชนมีการจัดการแสดงหรือปฏิบัติกิจกรรมเกี่ยวกับความโดดเด่นของชุมชน เช่น ชาวบ้านแต่งกายตามวัฒนธรรมของท้องถิ่นการต้อนรับด้วยอภยาศยดีไมตรีที่ดีงามของท้องถิ่น การพูดจาด้วยภาษาถิ่นกับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจะส่งผลให้ลูกหลานในชุมชนได้เรียนรู้และซึมซับเอาวัฒนธรรมและประเพณีเหล่านั้นมาถือปฏิบัติสืบต่อไป

อย่างไรก็ตามชุมชนจะต้องมีการปลูกฝัง ทำความเข้าใจเกี่ยวกับเยาวชนในชุมชนถึงเรื่องวัฒนธรรมของชุมชนเมืองที่ติดมากับนักท่องเที่ยวว่าจะต้องมีการเลือกสรรวัฒนธรรมใดที่เหมาะสมกับชุมชน วัฒนธรรมใดไม่เหมาะสมกับชุมชน เช่น การแต่งกาย การปฏิบัติตน การแสดงความรักกัน รวมไปถึงกิจกรรมของชุมชนเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ชุมชน มีการจัดแสดงให้นักท่องเที่ยวเข้าชม ทั้ง

ด้านดนตรี ศิลปหัตถกรรม เป็นกระบวนการหนึ่งที่ช่วยให้ชุมชนสามารถดำรงรักษา และถ่ายทอด สืบสานศิลปะเหล่านี้ไว้กับลูกหลานต่อไป

2.4.3. การมีรายได้เพิ่มขึ้น

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการเปิดช่องทางให้นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางเข้ามาใน ชุมชน ทำให้มีการจับจ่าย ใช้สอยซื้อบริการท่องเที่ยว เช่น ผู้นำทาง มัคคุเทศก์ บ้านพักแบบโฮมส เตย์ การชมการแสดงชุมชน เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะจ่ายเงินให้แก่ผู้นำทาง เจ้าของที่พัก และ นักแสดงกลุ่มนั้นๆ ชาวบ้านกลุ่มนี้จะมีรายได้จากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจะมีการซื้อสินค้า OTOP ในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้กับสมาชิกของกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ต่างๆ ที่อยู่ในชุมชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งหากต้องการจำหน่าย ในราคาสูง และปริมาณมาก จำเป็นที่กลุ่มอาชีพเหล่านี้จะต้องมีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ ได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใน ชุมชนและมีการจับจ่ายใช้สอยเกิดขึ้น ย่อมเกิดรายได้แก่ชุมชน ทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น มี กำลังใจในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มีมาตรฐานส่งผลให้ชุมชนสามารถนำไปจำหน่ายในที่ อื่นๆ นอกจากนั้น การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังก่อให้เกิดรายได้ในส่วนที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของ ชุมชนอีกด้วย เช่น รถโดยสาร เรือโดยสาร

2.5. ปัจจัยของการท่องเที่ยว

ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สถานที่ใดหรือประเทศใดอยู่ในกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยว อาจาแนกได้ 5 ประการ

2.5.1. ความน่าสนใจของสถานที่นั้น ทั้งในด้านของความยิ่งใหญ่ ความสวยงาม ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม หรือธรรมชาติ เช่น กาแพงเมืองจีน พีระมิดแห่งอียิปต์ ทัชมาฮาลใน อินเดีย น้ำตกไนแอการาของสหรัฐ เป็นต้น สถานที่เหล่านี้จะอยู่ในอันดับแรกๆ ในบัญชีที่จะต้อง ไปให้ได้สักครั้งในชีวิตนี้

2.5.2. ความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะยังมีสถานที่น่าเที่ยวอีก หลายแห่งในแอฟริกา และอเมริกาใต้ ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถไปถึงได้ง่าย เช่น ไม่มีสายการบินที่ บินตรง หรืออยู่นอกเส้นทางบิน ความยุ่งยากในการขอวีซ่าและการตรวจคนเข้าเมือง หรือเป็น เส้นทางที่ทุรกันดาร ฯลฯ ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่สามารถแก้ไขได้โดยง่าย และเป็นอุปสรรคต่อแหล่ง (น่า) ท่องเที่ยวเหล่านั้น โดยตรง

2.5.3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่าเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าครองชีพ สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะเป็นที่น่าสนใจ แต่เมื่อคำนึงถึงค่าใช้จ่ายก็อาจทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนใจได้ง่าย

2.5.4. กิจกรรมพิเศษ หรือกิจกรรมเฉพาะด้าน เนื่องจากการท่องเที่ยวในเวลานี้ได้แตกแขนงออกไปมากมายเพื่อรองรับความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น การดำน้ำ การปีนเขา การล่องแก่ง การเดินป่า การเรียนทำอาหาร หรือการใช้ชีวิตในชนบท ฯลฯ เพิ่มขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวปกติซึ่งทำให้หลายๆ ประเทศต้องปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2.5.5. ประชาชนในประเทศนั้นหรือในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เอง เช่น ความเป็นมิตร ความซื่อสัตย์ อภัยภัยไมตรี โดยเฉพาะความปลอดภัย บางประเทศถูกตราหน้าว่า ไม่เป็นมิตรกับคนต่างชาติ พ่อค้าแม่ค้าหรือคนขับแท็กซี่มีนิสัยขี้โกง โก่งราคา ข่มเหงขายขี้คนแล้งน้ำใจ และขาดความปลอดภัย

2.6 วัตถุประสงค์กับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจเป็นการชั่วคราว โดยมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของการท่องเที่ยวนั้น Douglas Foster ได้เขียนไว้ในหนังสือ “Travel and Tourism Management” ว่าความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทางสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 อย่างคือ

2.6.1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual)

เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมา สำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้ มักจะถือเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยว ที่ใด เช่น สถานที่ชายทะเลที่มีลมพัดฉิวอยู่เป็นนิจ หรือสถานที่บนเขาที่อากาศหนาวเย็น หรืออาจรักษาโรคผิวหนังใกล้บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน และการพักผ่อนจะแตกต่างกันในรายละเอียด และเป็นตัวระบุกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ

2.6.2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะนันทนาพรรณในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่างๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนกิจ เป็นต้น

2.6.3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational)

เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรมระยะสั้นเกี่ยวกับวิชาการโรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

2.6.4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกสนานบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ที่สวยงาม การไปชมการแสดงโอเปร่า การไปชมการแสดงโขน เป็นต้น

2.6.5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โคร่งกระดุกมุนษย์โบราณ เป็นต้น

2.6.6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies)

เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด ไปเล่นสกี เป็นต้น

2.6.7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation)

เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

2.6.8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)

ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักร ประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก จึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางต้องอยู่คู่กันเสมอ

สิ่งสำคัญที่นักธุรกิจแต่ละกลุ่มต้องการเหมือนกัน คือ ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางเนื่องจากบางครั้งอาจมีเวลาจำกัดในการติดต่อธุรกิจ และอาจต้องเดินทางหลายแห่งในคราวเดียวกัน รวมถึงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ เช่น ในโรงแรมมักจะมีห้องติดต่อธุรกิจ (Business center) ซึ่งมีบริการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องถ่ายเอกสาร หรือแม้กระทั่ง ผู้ช่วยส่วนตัว ไว้รองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

2.6.9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress)

เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนาฬิกาเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบและเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น

2.7. เจเนอเรชัน วาย (Generation Y)

Gen Y คือ Generation Y หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในปี พ.ศ.2524-2543 เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีไอที

2.7.1. ข้อมูลเกี่ยวกับ Generation Y

Gen Y คือประชากรกลุ่มที่เกิดหลัง Extraordinary Generation หรือ Generation X พวกเขาเกิดในช่วงเวลาที่บ้านเมืองสงบสุข และเติบโตมาในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออกมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข

Gen Y เป็นคนทันสมัยไม่ตกยุคและมักเบื่อง่าย พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่ทันโลก ทันเทคโนโลยี สามารถใช้อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย อาทิ ไอโฟน ไอพอด โน้ตบุ๊ก และกล้องดิจิทัลได้คล่องแคล่ว คนกลุ่มนี้จึงมีบุคลิกลักษณะด้านหนึ่งที่ค่อนข้างหือหาว ตามสมัยนิยม พ่วงติดมากับความเก่งกล้า ในการแสดงออกและกล้าที่จะคิด นับเป็นผู้บริโภคที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่นมีความเป็นตัวของตัวเอง Gen-Y หมักหมมอยู่กับตัวเอง คิดเพื่อน ชอบทำหลายๆ อย่างพร้อมกัน เสียใจดัง มองโลกในแง่ดี เป็นกลุ่มประชากรที่นักการตลาดทั่วโลกคาดว่าจะมีอิทธิพลสูงในโลกปัจจุบัน (ชัชวาล, 2553 : online)

2.7.2 ลักษณะของคนในรุ่น

ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยลักษณะของคนแต่ละรุ่นชี้ว่า Gen Y ซึ่งกำลังเข้าสู่วัยทำงาน นับเป็นคนวัยทำงานที่ได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่อย่างดีที่สุดในประวัติศาสตร์ของโลก (เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์, 2550 : online)

คนรุ่นวัยนี้มีศักยภาพสูงมากในการเรียนรู้ มากกว่าคนรุ่นใดๆ ที่ผ่านมา Gen Y มีพลังในตัวเองมาก และมักคิดนอกกรอบ พวกเขาแม้มีความคิดที่แปลกแหวกแนวและมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างสูง ความสามารถของ Gene Y ไม่ว่าจะเป็นในนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านต่างๆ ทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ล้วนเป็นความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการ

ทำงานในโลกยุคไร้พรมแดน เช่น ในปัจจุบันชาว Gen Y ส่วนใหญ่มักมีความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่หลากหลาย สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วและพร้อมพัฒนาตนเองอยู่เสมอ (Gang-Y.com, 2553 : online)

ด้านการศึกษาของ Gen Y ที่ผ่านมาจะพบว่าพวกเขาได้รับการศึกษาที่ค่อนข้างสูงและอยู่ในสถานศึกษาที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นของตัวเองมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการเรียนรู้ของ Gen X พวกเขาจะกล้าแสดงออกในขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น Gen Y สามารถเรียนรู้ได้ดีกับคนกลุ่ม Baby Boomers โดยเฉพาะถ้าความสัมพันธ์ไม่ได้เป็นแบบทางการมากนัก หากคน Gen B ให้โอกาสปรึกษาหรือพูดคุย และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ก็อาจทำให้การเรียนรู้ของคน Gen Y มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ (อภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา, 2553 : online)

ในด้านการทำงานคน Gen Y ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร เป็นกลุ่มคนที่ต้องการเรียนรู้ในประสบการณ์ที่หลากหลาย ต้องการประสบการณ์ และการเรียนรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา พวกเขามีความสามารถในการทำงานหลายด้านที่เกี่ยวกับการนวัตกรรมใหม่ๆ คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่ออีกหลายประเภท อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ต้องการการทำงานที่มีความก้าวหน้า สามารถแสดงความคิดเห็นและบริหารจัดการด้วยตนเอง ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ ให้ความสำคัญต่อสัมพันธภาพที่ดีในการทำงาน (พสุ เดชะรินทร์, 2552 : online)

กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่นำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดความสะดวกสบายให้กับตนเอง และด้วยเทคโนโลยีเขาจึงมองว่า เขาสามารถทำงานที่ไหน หรือตอนไหนก็ได้ โดยเมื่อถึงกำหนดเขาก็จะสามารถส่งงานได้ตามเวลา ดังนั้นองค์กรที่ต้องการดึงดูดคน Gen Y มาทำงานด้วยหากสามารถเข้าใจถึงอุปนิสัยของพวกเขาจะสามารถดึงดูดศักยภาพต่างๆ เหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มคน Gen Y เชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลงจะสังเกตได้ว่าคน Gen Y น้อยมากที่แต่งงานก่อนอายุ 30 ปี และหากมีแฟนแล้วแฟนเป็นอุปสรรคกับงาน พวกเขาจะเลิกกับแฟนและเลิกงาน อย่างไรก็ตาม อีกด้านหนึ่งของคน Gen Y คือความเชื่อมั่นในตนเองสูง และการแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างอิสระ บางทีก็ทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกอึดอัดได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบุคคลที่มีบุคลิกภาพและค่านิยมที่ต่างกันในแต่ละรุ่นอย่างสังคมไทย Gen Y มักอึดอัดเมื่อความคิดเห็นของพวกเขาไม่ได้รับการยอมรับจากหัวหน้างาน Gen Y จะพอใจอย่างมากถ้าสามารถเลือกเวลาทำงานตามความสะดวกของตนเองหรือทำงานจากสถานที่อื่นได้ เช่น ที่บ้าน หรือนอกสถานที่ทำงาน โดยยึดผลงานตามกำหนดเวลา สิ่งที่เขาไม่ชอบอย่างมาก คือ ระเบียบวินัยที่มากเกินไป เช่น ห้ามใช้โทรศัพท์มือถือระหว่างทำงาน ห้ามใช้คอมพิวเตอร์ในเรื่องส่วนตัว ฯลฯ Gen Y บางคนสามารถลาออกจากงานทันทีโดยไม่คำนึงถึงปัญหาเรื่องการตกงาน (ทิพวัลย์ สิ้นนิธิตาวร, 2553 : online)

จากการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังต่อการทำงาน” พบว่า คน Gen Y ต้องการลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย เหมาะสมกับความสามารถ มีโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน และมีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและเจ้านาย พวกเขายึดหลักความสบายใจในการทำงานสำคัญกว่ารายได้หรือตำแหน่งงาน นอกจากนี้ Gen Y ยังต้องการงานที่พวกเขาได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ มีค่าจ้างและสวัสดิการที่เหมาะสม และมีความยืดหยุ่นในการทำงานทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ทำงาน หากถามหาถึงความจงรักภักดีต่อองค์กร ความภักดีต่อบริษัทของ Gen Y จะอยู่ในอันดับท้ายสุด พวกเขาให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ครอบครัว รองลงไปคือ กลุ่มเพื่อน เพื่อนร่วมงาน และตัวของพวกเขาเอง Gen Y ขอมอบว่าพวกเขาไม่จงรักภักดีกับองค์กรแต่จงรักภักดีกับวิชาชีพ (รัชฎา อธิสนธิสกุล, 2549)

Gen Y มีรสนิยมชอบดูแลตนเองสูง ชอบแต่งตัว ต้องการงานในแวดวงแฟชั่น ในองค์กรที่ต้องแต่งตัวไปงานต่างๆหรืออนดิกชั่นสาย ต้องการองค์กรที่ยืดหยุ่นในเรื่องเวลา และต้องการให้คนมองว่าเขาเป็นผู้ใหญ่ บางครั้งองค์กรปฏิบัติกับคนกลุ่มนี้เป็นเด็กอยู่ตลอดเวลา พวกเขาจึงต้องการโอกาสในการพิสูจน์ความสามารถตนเอง และต้องการความสำเร็จในชีวิตอย่างรวดเร็ว (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2553 : online)

2.7.3. ปัจจัยจูงใจที่สำคัญของคนใน Gen Y

การทำงานเป็นทีม คนเหล่านี้ไม่ชอบที่จะนั่งทำงานอยู่คนเดียวง่ายๆ โดยไม่ยุ่งเกี่ยวกับใคร พวกเขาต้องการที่จะทำงานที่มีโอกาสพูดคุย สัมผัสกับผู้อื่น และต้องการสถานที่ทำงานที่มีลักษณะเปิดโล่งที่เปิดโอกาสให้สร้างปฏิสัมพันธ์ กับเพื่อนร่วมงาน คนวัย Gen Y นั้น อยากจะทำงานในสถานที่ที่สามารถเข้าถึงหรือติดต่อกับเพื่อนร่วมงานและเจ้านายได้สะดวกตลอดเวลา (พสุ เดชะรินทร์, 2552)

สำหรับการวางแผนการตลาดในปัจจุบัน Gen Y ไม่ใช่เพียงกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นธรรมดาเท่านั้น หากแต่พวกเขาเป็นกลุ่มวัยที่กำลังเติบโตเต็มที่และกำลังก้าวเข้าสู่วัยทำงานที่จะมีกำลังทรัพย์ และก้าวหน้าทางบทบาทหน้าที่ด้านการงานและมีกำลังด้านการเงินในการบริโภคสินค้าอย่างเต็มตัว พวกเขา กำลังจะก้าวเข้าสู่ Great Generation ในช่วงเวลาปัจจุบัน พฤติกรรมการบริโภคของ Gen Y ก่อนข้างแตกต่างอย่างชัดเจนจากคน Gen B และ Gen X กลุ่ม Gen Y เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็วเนื่องจากเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง เหตุผลในการซื้อสินค้าของคน Gen Y ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลลูกผสมเป็นส่วนใหญ่ เช่น เลือกรถเพราะมีความชอบทันสมัย มีสไตล์ ฉะนั้น จะใช้เหตุผลทางอารมณ์ผสมกับเหตุผลเชิงตรรกะที่ตั้งอยู่บนฐานข้อมูล ซึ่งเขาเชื่อถือหลายแหล่ง พวกเขาจะหาข้อมูลอย่างถี่ถ้วนก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือ

บริการแต่ละชิ้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการค้นคว้าและช่วยในการตัดสินใจเลือกบริโภคของคนกลุ่มนี้

2.7.4.พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของ Generation Y

พฤติกรรมเด่น Gen Y มีดังนี้คือ (อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2551 : online)

- รักการจับจ่าย แต่ปฏิเสธการ Shopping แบบเดิมๆ แต่แสวงหาการจับจ่ายแบบที่หลากหลายช่องทาง
- รักความบันเทิง
- ชื่นชอบสีสันสดใส
- รักบรรยากาศสนุกสนาน มีชีวิตชีวา
- มีพฤติกรรมแบบการทำงาน หรือทำกิจกรรมต่างๆภายในเวลาเดียวกัน (Multi-tasking)
- ดูทีวีและฟังวิทยุน้อยลง แต่ไปเพิ่มที่การสื่อสารแบบไร้สาย และการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต
- มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ต่ำกว่าทุก Generation
- ไม่กลัวการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี แต่กลับรู้สึกท้าทายและมองการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในแง่บวก

อีกหนึ่งพฤติกรรมที่คน Gen-y มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดเลยคือ เรื่องการเดินทางท่องเที่ยว ด้วยความที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง การท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-y ค่อนข้างแปลกใหม่ เน้นที่จะเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น ทำให้การเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ เยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่างๆ ไม่ใช่ไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวของคนกลุ่มนี้อีกต่อไป กลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือ Gen Y ถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความอนุรักษ์ในหัวใจ ตระหนักเรื่องโลกร้อน มีการศึกษาที่จะช่วยรักษาแหล่งท่องเที่ยวและนำความคิดดีๆ ไปชุมชน อีกทั้งยังเป็นทูตวัฒนธรรม เพราะเมื่อเดินทางพบเห็นสิ่งใดก็จะแชร์ภาพในเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม บล็อกของตัวเองเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในพื้นที่ ที่สำคัญที่สุดคือคนรุ่น Gen Y จะเป็นผู้ใหญ่ในอนาคต จึงเป็นกลุ่มที่จะท่องเที่ยวไปได้ยาวนาน"

2.8. ชุมชนบ้านแม่ห้วยต้ม จ.ลำพูน

2.8.1 ความเป็นมาของชุมชน

ชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้ม หมู่ที่ 8 ต.นาทราย อ.ลี้ จ.ลำพูน ห่างจากตัวอำเภอลี้ ประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นชุมชนชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงที่มีการอยู่รวมกันขนาดใหญ่ จำนวนหมู่บ้านทั้งหมด 10 หมู่บ้าน มีหลวงปู่ครูบาชัยยะวงศาพัฒนา นักบุญแห่งล้านนาเป็นผู้ก่อตั้งหมู่บ้าน และเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชน สั่งสอนให้คนในชุมชนเลิกนับถือผีสางานไม้หันมานับถือพุทธศาสนา ถือศีลกินเจไม่บริโภคนเนื้อสัตว์ มีการทำบุญฟังเทศน์ทุกวันพระ ถึงแม้ว่าหลวงปู่ครูบาวงศ์จะมรณภาพไปแล้ว แต่ทุกวันนี้ชาวบ้านทุกคนก็ยังนับถือและยึดถือปฏิบัติแต่สิ่งที่ดีงาม ที่หลวงปู่ฯ สั่งสอนไว้เสมอ จึงทำให้ที่นี่ยังคงเป็นชุมชนแห่งพระพุทธศาสนาที่ถ้ามาย่ี่ยวแล้ว จะได้สัมผัสความงดงามของวิถีชีวิตชาวปกากะญอ ที่มีต่อพระพุทธศาสนาผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ มากมายภายในชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชนพระบาทห้วยต้มเกิดได้ประมาณ 10 ปี ลักษณะการท่องเที่ยว ไป- กลับ เนื่องจากที่พักในชุมชนไม่มี ส่วนใหญ่เป็นที่พักในวัด และที่พักศูนย์พัฒนาโครงการพระบาทห้วยต้ม กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทยมาทำบุญไหว้พระ ในปี 2554 ชุมชนได้รับรางวัลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปี 2555 ได้รับรางวัล การท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อ อนุรักษ์ฟื้นฟู วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของปกากะญอ แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่นและเผยแพร่ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชาติพันธุ์ให้กับคนภายนอกรับรู้ และสร้างรายได้ให้กับชุมชน

2.8.2. กิจกรรมการท่องเที่ยว

- กราบสักการะสรีระทิพย์ของหลวงปู่ครูบาชัยยะวงศาพัฒนา บรรจุไว้ในโรงแก้ว ที่วัดพระบาทห้วยต้ม ซึ่งเป็นวัดที่ใหญ่ที่สุดของอำเภอลี้ และภายในวัดยังมีสถานที่สำคัญได้แก่ บ่อน้ำทิพย์ วิหารครอบรอยพระพุทธรบาท เจดีย์ 84,000 พระธรรมขันธ มณฑปพระเจ้าแก้ว หอพระไตรปิฎก พระอุโบสถ ใจบ้านหรือสะดือเมือง
- กราบไหว้พระมหาธาตุเจดีย์ศรีเวียงชัย (จำลองแบบมาจากขเวาประเทศพม่า) ลักษณะองค์พระมหาธาตุเจดีย์ เป็นประติมากรรมขนาดใหญ่ ศิลปะล้านนา ที่ก่อด้วยศิลาแลงทั้งองค์ โดยกำหนดให้มีพระมหาเจดีย์องค์ใหญ่ เป็นองค์ประธานอยู่ตรงกลางและมีพระเจดีย์องค์เล็กอยู่เป็นบริวารล้อมรอบอยู่ 48 องค์ ตามแบบพระสถูปเจดีย์ศิลปะลังกา สร้างบนเนื้อที่ 6 ไร่
- ประเพณีเปลี่ยนผ้าหลวงปู่ครูบาชัยยะวงศาพัฒนาทุกวันที่ 17 พฤษภาคม ของทุกปี

- การทำบุญทอดกฐิน เป็นงานประเพณีที่ยิ่งใหญ่ จัดขึ้นหลังจากออกพรรษาของทุกปี
- การสรงน้ำพระธาตุ จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 9 (ประมาณเดือนมิถุนายน) ของทุกปี
- ชมการสาธิตการทอผ้าเอกลักษณ์ของชาวปกาเกอญอโดยใช้กี่เอว เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และ
หัตถกรรมเครื่องเงิน ณ ศูนย์วิจัยหัตถกรรม
- ชมการทำเครื่องเงินที่มีเอกลักษณ์ ลวดลาย และสะท้อนวิถีชีวิต ที่ขึ้นรูปด้วยมือ ใช้เม็ดเงิน
บริสุทธิ์
- ชมการตีมีดโดยภูมิปัญญากะเหรี่ยง
- ชมการทำยอดฉัตรโบราณ การทำหัวใจพระพุทธรูป เพื่อถวายวัดในการสร้างวัดและ
พระพุทธรูป
- เทียบบ้านโบราณกะเหรี่ยงน้าบ่อน้อย เรียนรู้การปลูกบ้านที่ไม่ใช่ตะปูโดยภูมิปัญญาของ
กะเหรี่ยง และยังคงวิถีชีวิตดั้งเดิมของกะเหรี่ยงบ้านน้าบ่อน้อย
- ชมแปลงปลูกผักอินทรีย์ในระบบโรงเรือน ภายใต้การส่งเสริมของศูนย์พัฒนาโครงการ
หลวงพระบาทห้วยต้ม

2.8.3 โฮมสเตย์ของชุมชนบ้านห้วยต้ม

โดยผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนสามารถเลือกพักสถานที่แห่งนี้ได้เลยเนื่องจาก ชุมชนบ้านห้วยต้มมีโฮมสเตย์เป็นหลังให้พัก และเป็นโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานอีกด้วย โดยราคาต่างๆจะมีดังนี้

- ราคาที่พักและค่าใช้จ่ายกิจกรรมค่าที่พัก 150 บาท /คน/คืน
- ค่าอาหาร 70 บาท /คน/มื้อ
- อาหารเย็นรูปแบบขันโตกพร้อมชมการแสดงชนเผ่า ท่านละ 180 บาท
- ค่านำเที่ยว 200 บาท /คน/วัน
- ค่าวิทยากร 300 บาท /คน/วัน(ฐานเรียนรู้)
- ค่าการแสดง 1,000 บาท/ชุด

2.8.4. ผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยต้ม

- ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอกระเหรี่ยง
- งานหัตถกรรมเครื่องเงิน
- ผัก ไม้ผล ตามฤดูกาล

2.8.5. อาหารเด่นในชุมชนบ้านห้วยต้ม

ชนเผ่ากะเหรี่ยงพระบาทห้วยต้ม รับประทานอาหารมังสวิรัต เมนูเด่น ได้แก่ ผัดหมี่สมุนไพร น้ำพริกผักอีเหลียง น้ำพริกเห็ดหอม ลาบเห็ดฟางเห็ดนางฟ้า ยำขาเห็ด ต้มยำปลาเจ พริกทอดรวมมิตร

2.8.6. สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงชุมชนบ้านห้วยต้ม

อุทยานแห่งชาติแม่ปิง กิจกรรมล่องแพ น้ำตกและทุ่งกิ๊ก

2.8.7. การเดินทาง

จากตัวเมืองเชียงใหม่ใช้ทางหลวงหมายเลข 106 (สายเชียงใหม่-ลำพูน) เมื่อถึงอำเภอฝางให้เลี้ยวขวาเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 1087 ถึงหลักกิโลเมตรที่ 7 จะมีทาง แยกซ้ายมือเข้าสู่ศูนย์อีก 1 กิโลเมตรหรือจากเมืองเชียงใหม่สามารถใช้ทางหลวงหมายเลข 108 (สายเชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน) ผ่านคอยเต่าแล้วเข้ามาที่อำเภอฝางก็ได้

2.8.8. การติดต่อ

- โฮมสเตย์บ้านพระบาทห้วยต้ม หมู่ที่ 8 ต.นาทราย อ.ฝาง จ.ลำพูน รหัสไปรษณีย์ 51110
- E – mail : r_kajorn@hotmail.com
- นางธีรนาถ น้อยแสง โทร.083-3243063
- นายวิมล สุขแดง โทร. 093-1869469
- ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงพระบาทห้วยต้ม โทร. 053-518059

2.9. หลักการกลยุทธ์ทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 136 -137) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Promotion of Tourism) เป็นส่วนผสมทางตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญ และนักวิชาการส่วนใหญ่ก็มักใช้ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ซึ่งประกอบด้วย สินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้มีส่วน เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้จัดการด้านการบริการก็เป็นได้

1. **สินค้าหรือบริการ (Products Element)** เราต้องเลือกคุณภาพของผลิตภัณฑ์หลัก รวมถึง การบริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

2. **สถานที่ (Place)** ตามหลักการของการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า นั้น ส่วนใหญ่มักจะ เกี่ยวข้อง กับเรื่องของสถานที่และเวลา ซึ่งการที่จะสามารถกระจายสินค้าให้ไปถึงลูกค้า นั้นเรา จำเป็นต้องท การวางแผนหลักการของการบริการก่อน การบริการด้านข้อมูล และการให้ข้อมูลผ่าน อินเทอร์เน็ตจะท ำให้เกิดการลดช่องว่างในการติดต่อกับลูกค้าได้ การยืนยันการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า นั้นจะสามารถ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งทั้งนี้จะเป็นผลดีแก่องค์กร เนื่องจากลูกค้า คาดหวังว่าจะได้รับ สินค้าตามกำหนดเวลาและตรงเวลา

3. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ไม่มีนักการตลาดคนไหนที่จะละเลยการส่งเสริม การตลาด เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดสามารถที่จะสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้า ท การซื้อสินค้าได้ ซึ่งนับว่าเป็นข้อดีที่องค์กรต่าง ๆ นั้นมักจะท การส่งเสริมการตลาดไปยังลูกค้า ไม่ว่าจะผ่านสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา โบรชัวร์ และอินเทอร์เน็ต

4. **ราคา (Price)** ราคาเป็นสิ่งที่ทั้งองค์กรและลูกค้าต่างให้ความสำคัญ ซึ่งทางองค์กรเองก็ ต้องท ำให้ต้นทุนในการผลิตต่ำ ที่สุดเท่าที่จะท ำได้ และทางด้านลูกค้าเองนั้น ก็ต้องการที่จะซื้อใน ราคาที่ถูกเช่นเดียวกัน บางครั้งองค์กรอาจจะต้องเพิ่มรายได้โดยอาจจะมีการสร้างลูกค้าที่เป็น การ ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ หรือไม่ว่าจะเป็นการให้ส่วนลดราคา 21

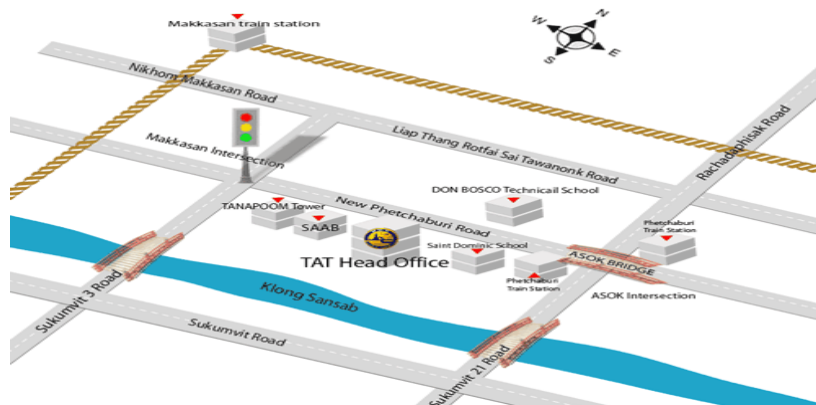
บทที่ 3
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ



รูปที่ 1 สัญลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
(Tourism Authority of Thailand)

สถานประกอบการ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่
ที่อยู่ : 1600 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : 02 250 5500
โทรสาร : 02 250 5511
อีเมล : center@tat.or.th
เว็บไซต์ : www.thai.tourismthailand.org
เวลาทำการ : วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 08.00-17.00 น. (ปิดทำการวันหยุดราชการ)



รูปที่ 2 แผนที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่

3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลักดันการให้บริการหลักขององค์กร

- วิสัยทัศน์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2560-2564

“ททท. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน”

วิสัยทัศน์สะท้อนถึงความมุ่งหมายของ ททท. ในการเป็นผู้นำที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทย มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย นิยมถึง และเลือกมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ ของโลก และผลักดันการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนภายในปี 2564

- พันธกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. ขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน
3. พัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว
4. พัฒนาให้ ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) ด้านตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร

แผนผังองค์กร



นายยุทธศักดิ์ สุภสร
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



นางสุจิตรา จงชาณสิทธิ์
รองผู้ว่าการด้านสินค้า
และธุรกิจท่องเที่ยว



นายสันติ ชุนดิธรา
รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชีย
และแปซิฟิกใต้



นางศรีสุดา วณิกัญญ์
รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรป
แอฟริกา ตะวันออกกลางและอเมริกา



นายธนสวรรค์ เพชรสุวรรณ
รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด



นายลัททันต์ ฤกษ์ธร ฌ อยุธยา
รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน



นายณพดล ภาคพรต
รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ



นายจรัญ อันมี
รองผู้ว่าการด้านบริหาร



นายศิริปกรณ์ เชื้อวสมุทร
ที่ปรึกษา

3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่ง

- นางสาว หนึ่งฤทัย พวงสาม แผนก/ส่วนงานแผนปฏิบัติการตลาดภาคเหนือ
- นางสาว วรรณกานต์ รักษาพงษ์ แผนก/ส่วนงานกิจกรรมในประเทศ
- นางสาว สุดารัตน์ จำเขียว แผนก/ส่วนงานแผนปฏิบัติการตลาดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3.4.2 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

- พิมพ์เอกสาร
- ลำเนาเอกสาร
- จัดส่งเอกสารไปตามสายงานต่างๆ
- ติดต่อประสานงานภายใน-ภายนอก
- ออกงานจัดกิจกรรมต่างๆ

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

- นางสาว ศศิธร พูลสุข
 - ตำแหน่ง : หัวหน้างานแผนปฏิบัติการตลาดภาคเหนือ
- นาย จิรศักดิ์ อ่วมอุไร
 - ตำแหน่ง : หัวหน้างานกิจกรรมในประเทศ
- นาย นันทิพัฒน์ รักวานิช
 - ตำแหน่ง : หัวหน้างานแผนปฏิบัติการตลาดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ตั้งแต่วันที่ 21 สิงหาคม – 8 ธันวาคม 2560

3.7 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน

3.7.1 คิดหัวข้อโครงการและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ

โดยคิดหัวข้อโครงการจากสิ่งใกล้ตัวที่ได้รับมอบหมายและนำมาประยุกต์ใช้ในโครงการสหกิจ พร้อมกับศึกษาข้อมูลของโครงการที่ต้องการจะทำ

3.7.2 ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวข้องกับหัวข้อโครงการและดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

ติดต่อประสานงานกับอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับหัวข้อโครงการ และรับคำแนะนำจากอาจารย์พร้อมกับดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้อง

3.7.3 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ

รวบรวมข้อมูลจากการนำเสนอโครงการ โดยมีแบบประเมินจากพนักงานที่ปรึกษาและพนักงานในงาน พร้อมนำมาวิเคราะห์ผล

3.7.4 เรียบเรียงเอกสารที่เกี่ยวข้อง

นำเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการมาเรียบเรียง เช่น เอกสารข้อมูลของโครงการที่นำเสนอ และแบบประเมินผลจากพนักงานที่ปรึกษาและพนักงานในงาน

3.7.5 จัดทำเอกสารรายงานและงานการนำเสนอ

จัดทำเอกสารรายงาน โดยการพิมพ์เอกสารตามลำดับทั้ง 5 บท พร้อมจัดทำแบบการนำเสนอ Power point

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ส.ค 60	ก.ย 60	ต.ค 60	พ.ย 60	ธ.ค 60
1. คิดหัวข้อโครงการ	←→				
2. ปรึกษาหัวข้อโครงการกับอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษา		←→			
3. ค้นหารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล			←→		
4. เรียบเรียงเอกสาร				←→	
5. จัดทำเอกสารรายงานนำเสนอ					←→

ตารางที่ 1 ระยะเวลาการดำเนินงาน

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

1 อุปกรณ์ที่ใช้ภายในสำนักงาน

- เครื่องคอมพิวเตอร์
- เครื่องถ่ายเอกสาร
- เครื่องโทรสาร
- โทรศัพท์สำนักงาน

3.8.2 ซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Microsoft Office Word
- โปรแกรม Microsoft Office Excel
- โปรแกรม Microsoft Office Powerpoint



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติโครงการ

ในการนำเสนอโครงการ Gen-Y เทียวสไตล์ยั่งยืน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงยั่งยืน คณะผู้จัดทำได้ผลการนำเสนอและข้อเสนอแนะที่เป็นความรู้จากพนักงานที่ปรึกษาและพนักงานภายใน

คณะผู้จัดทำได้ทำการนำเสนอโครงการกิจกรรมในวันที่ 7 ธันวาคม 2560 เวลา 14.00 น. ณ โต๊ะประชุมชั้น 13 สถานประกอบการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยมีรายชื่อดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง
นายรัตนวรรษ วัฒนบุชา	พนักงานส่งเสริมกิจกรรมในประเทศ
นางสาวพรพกา แสงวัน	เลขานุการผู้อำนวยการด้านการตลาดภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
นางสาวจิราภรณ์ พินิจวิชา	ลูกจ้างโครงการด้านการตลาดในประเทศ

ตารางที่ 2 : รายชื่อพนักงานเข้าร่วมการนำเสนอโครงการ

4.1 การนำเสนอโครงการกิจกรรม

❖ หัวข้อการให้คะแนนมีดังนี้

1. เสนอรูปแบบโครงการกิจกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว (20 คะแนน)
 2. การนำเสนอโครงการ
 - 2.1 เอกสารประกอบการนำเสนอ (10 คะแนน)
 - 2.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอโครงการ (10 คะแนน)
 - 2.3 การเตรียมความพร้อมอุปกรณ์ในการนำเสนอโครงการ (10 คะแนน)
 3. การนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง (40 คะแนน)
 4. การทำงานเป็นกลุ่ม (10 คะแนน)
- รวมทั้งหมด 100 คะแนน**

โดย 100 คะแนน มีหลักการพิจารณาดังนี้

- ข้อมูลที่นำเสนอมีความสมบูรณ์ สามารถนำเสนอแหล่งที่มีอ้างอิงได้
- เล่มโครงการที่สมบูรณ์ จำนวนอย่างน้อย 5 เล่ม
- เรียงลำดับขั้นตอนได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อน

- อุปกรณ์ที่ใช้นำเสนอเหมาะสมและสอดคล้องกัน เพื่อให้คณะกรรมการเข้าใจง่าย
- ตัวอย่างประกอบหรือนำวีดิโอจริงมาประกอบให้เข้ากับการนำเสนอ
- การทำงานร่วมกันกับเพื่อนและนักศึกษาฝึกงายภายในแผนกอื่นๆ

4.2 วิธีการทำโครงการ

4.2.1 การเลือกหัวข้อโครงการ

เนื่องจากในปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแคมเปญใหม่ขึ้นมาโดยมีชื่อว่า ท่องเที่ยวเก๋ไก๋ สไตล์ยั่งยืน ทางคณะผู้จัดทำจึงได้เลือกหัวข้อโครงการเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน โดยผ่านกลุ่มนักท่องเที่ยววัยเดียวกันกับคณะผู้จัดทำ นั่นก็คือชาว Gen-Y เพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้เดินทางเข้าไปใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและชุมชนเนื่องจากมีสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์และบรรยากาศดีจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ จากเหตุผลข้างต้นนี้จึงก่อให้เกิดการเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศถูกทำลาย ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม

(เจนรุจ มิ่งเมธพร, 2553 : Slideshare) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ถูกนำมาเป็นกระแสกว่า 25 ปี มาแล้ว การท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้วจะไม่เน้นเรื่องการท่องเที่ยวที่มีรายได้เป็นหลักแต่การท่องเที่ยวนั้นจะต้องให้ผลตอบแทนของสังคม ให้ผลตอบแทนกับคนรอบข้างของแหล่งท่องเที่ยว และผลตอบแทนต่อสิ่งแวดล้อมที่ดี กล่าวโดยคือ

- การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องไม่ต่อต้านการเจริญเติบโตและการพัฒนาแต่ต้องเน้นข้อจำกัดการเจริญเติบโต การท่องเที่ยวจะต้องอยู่กึ่งกลางระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์
- การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องจัดการและวางแผนที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์เป็นการกำหนดข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรว่าทำอะไรที่การท่องเที่ยวจะไม่เข้าไปเบียดเบียนท้องถิ่นหรือสิ่งแวดล้อมในบริเวณนั้นจนมากเกินไป
- การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงผลระยะยาวมากกว่าระยะสั้น ประเทศไทยมักจํานำเอาการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ เน้นปริมาณที่เป็นนักท่องเที่ยวกระแสหลักได้ผลประโยชน์ระยะสั้นแต่มีผลกระทบระยะยาว

- การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องไม่มุ่งเน้นการจัดการสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว จะต้องรวมไปถึงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย
- การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรให้ความสำคัญกับความต้องการของมนุษย์ ความพึงพอใจแต่ต้องอยู่ภายใต้ความเสมอภาคและความยุติธรรมทั้งสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ ไม่ควรมีการเอานะระชนชาติและระบบนิเวศน์เอง

เป้าหมายของการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนนั้นจะต้องมีการส่งเสริมและเรียนรู้แลกเปลี่ยนระหว่างคนต่างวัฒนธรรมกันอย่างถูกต้องไม่ใช่นักท่องเที่ยวมาเรียนรู้ท้องถิ่นเพียงอย่างเดียวคนในชุมชนท้องถิ่นก็ต้องเรียนรู้นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน เพื่อการฟื้นฟูวัฒนธรรม การดูแลระบบทรัพยากรทางธรรมชาติและเพื่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้อยู่สืบต่อไปอย่างยั่งยืน

ดังนั้นคณะผู้จัดทำจึงเลือกโครงการนี้เพื่อที่จะได้เป็นตัวแทนผลักดันให้นักท่องเที่ยวและชุมชนจะได้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวในระบบทรัพยากรธรรมชาติและรวมไปถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศต่างๆ นอกจากนี้คณะผู้จัดทำได้มีการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำขึ้นมากมาย โดยได้นำตัวอย่างกิจกรรมมาประยุกต์เป็นแนวทางในการทำโครงการครั้งนี้อีกด้วย

4.2.2 การรวบรวมข้อมูลของโครงการ

- สถานที่ในการจัดทำโครงการ

ทางคณะผู้จัดทำได้มีการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประเภทการท่องเที่ยวทางชุมชน ที่มีความเป็นธรรมชาติสมบูรณ์ มีความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ มีกิจกรรมที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาว Gen-Y ให้ความสนใจ และมีความแปลกใหม่ โดยได้มีการค้นคว้าหาข้อมูลจากนิตยสารท่องเที่ยว อสท. และค้นคว้าหาข้อมูลจากทางเว็บไซต์ต่างๆ โดยได้คัดสถานที่ที่น่าสนใจและนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้าไปใช้บริการจำนวนมากจึงได้นำมาปรึกษาหารือกันในกลุ่มและได้สถานที่ในชุมชนนั้นก็คือ บ้านแม่ห้วยต้ม ต.นาทราย อ.เถิน จ.ลำพูน ทางภาคเหนือ ของประเทศไทย เนื่องจากเป็นสถานที่ ที่มีคนเดินทางเข้าไปใช้บริการจำนวนมากในทุกช่วงสภาพอากาศ

ในปี พ.ศ. 2554 ชุมชนได้รับรางวัลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปี พ.ศ. 2555 ได้รับรางวัลการท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟู วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของปกาเกอะญอ แลกเปลี่ยนเรียนรู้

วัฒนธรรมต่างถิ่นและเผยแพร่ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชาติพันธุ์ให้กับคนภายนอกรับรู้ และสร้างรายได้ให้กับชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

- กิจกรรมภายในงาน

เนื่องจากสถานที่จัดทำโครงการเป็นที่ตั้งของชุมชนวิถีชีวิตปกาสัยอะญอรวมไปถึงในชุมชน ได้มีวัฒนธรรมการใช้ชีวิตที่มีความสรีทธาต่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ตั้งแต่ความเป็นมาของหมู่บ้านแต่โบราณ มีเอกลักษณ์โดดเด่นที่ทำการหาเลี้ยงชีพมานานโดยการตีมีด ตีเหล็ก ทอผ้าแบบชุมชนปกาสัยอะญอ ทางคณะผู้จัดทำจึงได้มีความคิดที่จะนำเอาการแต่งกายวัฒนธรรมของชาวปกาสัยอะญอมาเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวชาว Gen-Y ได้สวมใส่เพื่อเป็นการถ่ายทอดการอนุรักษ์วัฒนธรรมการแต่งกายอีกแบบ รวมไปถึงการรับประทานอาหารแบบท้องถิ่นที่เป็นมังสวิรัต กิจกรรมการตีมีดและการทอผ้า และที่สำคัญคือกิจกรรมที่ชุมชนหมู่บ้านแห่งนี้ให้ความสรีทธาก็คือการสักการะพระพุทธรูปท้าวห้วยดัม เป็นการถ่ายทอดและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยตรงผ่านกลุ่มนักท่องเที่ยวชาว Gen-Y

4.3 ข้อมูลโครงการที่น่าสนใจ

GEN-Y เที่ยวไทย สไตล์ยั่งยืน
Gen-Y travel in Thailand by sustainability

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักสำคัญอย่างหนึ่งของประเทศไทย เพราะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดและน่าสนใจอย่างมาก ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเป็นสินค้าที่ทรงคุณค่าสำหรับการท่องเที่ยว และเมื่ออัตราการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวถูกใช้ไปอย่างสิ้นเปลืองในที่สุด

ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่มีชื่อว่า ท่องเที่ยวเก้ไก้อย่างยั่งยืน โดยสถานประกอบการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฝ่ายแผนปฏิบัติการตลาดภายในประเทศ และฝ่ายกิจกรรม ได้มอบหมายนักศึกษาที่ออกปฏิบัติสหกิจศึกษาคิดโครงการกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ และทางสถานประกอบการสามารถนำโครงการที่นักศึกษาสหกิจนำเสนอมาขึ้นเป็นโครงการกิจกรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง ดังนั้นคณะผู้จัดทำจึงเลือกทำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบสไตล์ยั่งยืน

โดยผ่านนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่อยู่ในช่วงอายุ 20 – 37 ปี เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า มีความคิดสร้างสรรค์ชอบบอกต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวผ่านทางโซเชียลมีเดีย รวมไปถึงมีความใส่ใจและตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีไลฟ์สไตล์ต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นคือต้องการที่จะลงลึกไปถึงท้องถิ่นและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆอย่างลึกซึ้ง เพื่อที่จะสัมผัสวิถีชีวิตวัฒนธรรมความเป็นอยู่อย่างแท้จริง และเป็นการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งโครงการจะถูกจัดขึ้นที่ชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้ม หมู่ที่ 8 ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบวิถีชุมชนมีทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก รวมไปถึงทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทรัพยากรหัตถกรรมสืบต่อจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรต่างๆที่เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และอาจทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นเสื่อมโทรมได้ เช่นความเสื่อมโทรมทางสถานที่ของชุมชน ความสมดุลของวิถีการดำเนินชีวิตชุมชนในด้านต่างๆ

ดังนั้นกลุ่ม GEN-Y จึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่าในรูปแบบสโตร์ยังยืน สามารถเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้หันมาใส่ใจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกันมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงเป็นที่มาของแนวคิดโครงการ “GEN-Y เที่ยวไทย สโตร์ยังยืน” โดยภายในโครงการจะมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมมือกันทำมากมาย เช่น กิจกรรม CSR กิจกรรมทอผ้า กิจกรรมตีเหล็ก ตีเครื่องเงิน ฯลฯ และศึกษาวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนอีกด้วย

ชุมชนพระบาทห้วยต้ม จังหวัดลำพูน

จังหวัดลำพูนเป็นจังหวัดเล็ก ๆ ในภูมิภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีเรื่องราวประวัติศาสตร์อันยิ่งใหญ่และถือได้ว่าเป็นจังหวัดเก่าแก่ที่สุดในดินแดนล้านนา มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก จึงได้มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งวัดวาอาราม เจดีย์เก่าแก่ ศิลปะล้านนาที่ถ่องแท้มีลวดลายอันวิจิตรงดงาม รวมไปถึงมีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยหนึ่งในสถานที่ ที่คณะผู้จัดทำได้ให้เล็งเห็นความสำคัญและได้ให้ความสนใจ ชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อรับรู้ถึงเรื่องราวของวิถีชีวิตผู้คนที่มีความผูกพันกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเก่าแก่ รวมไปถึงพระพุทธศาสนาซึ่งเป็นศาสนาประจำชาติ นั่นก็คือ สถานที่ชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้ม ตั้งอยู่ที่ ต.นาทราย อ.เถลิง จังหวัดลำพูน สถานที่นี้ยังคงเป็นชุมชนแห่งพระพุทธศาสนาที่ซึมซับความงดงามของ

วิถีชีวิตชาวปกากะญอถือได้ว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก จึงควรค่าแก่การอนุรักษ์เอาไว้พร้อมกับศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้คงอยู่สืบไป

ดังนั้น ทางคณะผู้จัดทำจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรต่างๆที่เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และอาจทำให้สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆเสื่อมโทรมได้ เช่นความเสื่อมโทรมทางสถานที่ชุมชน ความสมดุลของวิถีการดำเนินชีวิตในด้านต่างๆ กลุ่ม GEN-Y จึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่าในรูปแบบสไตล์ยั่งยืน ตระหนักถึงความสำคัญในวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม สามารถเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้หันมาใส่ใจการท่องเที่ยวในรูปแบบอย่างยั่งยืนกันมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดความรับรู้และปฏิบัติได้ถูกต้องตามแนวทางโครงการ “GEN-Y เที่ยวไทย สไตล์ยั่งยืน”

วัตถุประสงค์

1. เพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่สามารถตระหนักและรับรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้
2. เพื่อให้คณะผู้จัดทำมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการคิดโครงการนี้ขึ้นมาเป็นการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ขององค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อายุระหว่าง 20 – 37 ปี ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีความสนใจจะลงลึกไปถึงท้องถิ่นและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆอย่างลึกซึ้ง เพื่อที่จะสัมผัสวิถีชีวิตวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และเป็นการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวรวมถึงสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นด้วย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. กิจกรรมสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่สามารถตระหนักและรับรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. เกิดการสร้างอาชีพของคนในชุมชนและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยเกิดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้จ่ายใช้สอยในชุมชน

3. คณะผู้จัดทำได้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการคิดโครงการนี้ขึ้นมาและเป็นการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ขององค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างแท้จริง

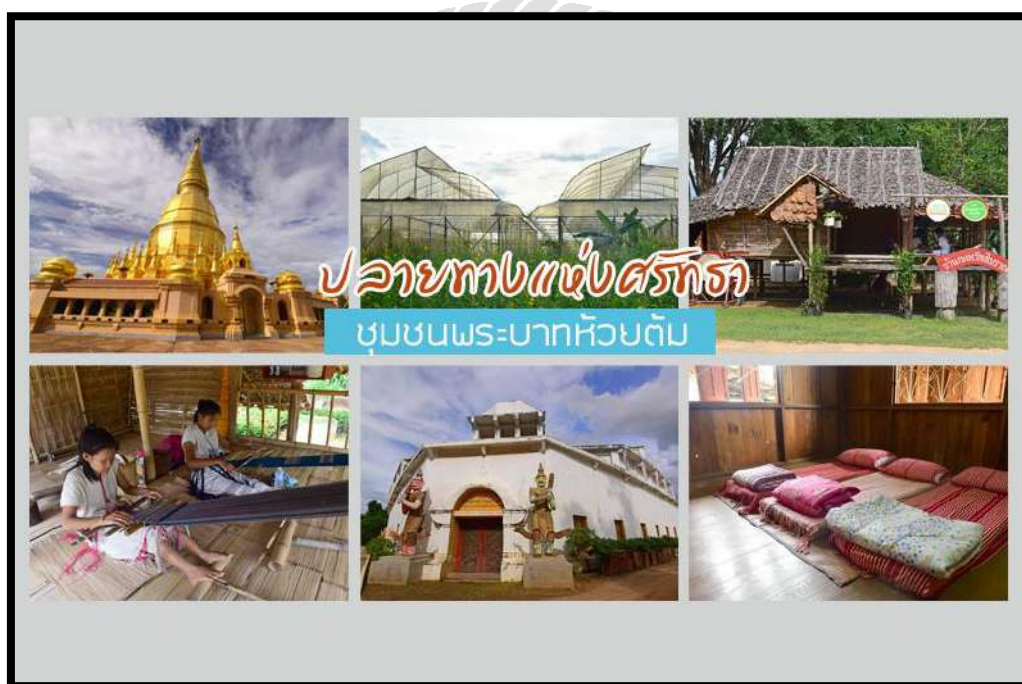
กำหนดจัดงาน

วันศุกร์ที่ 15 ธันวาคม ถึง วันเสาร์ที่ 16 ธันวาคม พ.ศ.2560

ณ ชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้ม หมู่ที่ 8 ต.นาทราย อ.ลี้ จ.ลำพูน

พื้นที่ในการดำเนินงาน

ชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน



รูปที่ 3 : ชุมชนพระบาทห้วยต้ม จังหวัดลำพูน

การเดินทาง

ชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 ห่างจากตัวอำเภอลี่ ประมาณ 10 กิโลเมตร

รถยนต์ : จากตัวเมืองเชียงใหม่ระยะทาง 160 กิโลเมตร ใช้ทางหลวงหมายเลข 106 เชียงใหม่-ลำพูน ผ่านตำบลบ้านโฮ่ง ป่าซาง ไปจนถึงตัวอำเภอลี่แล้วเลี้ยวขวาตามทางหลวงหมายเลข 1087 ถึงหลักกิโลเมตรที่ 7 มีทางแยกซ้ายมือไปอีก 1 กิโลเมตร เมื่อรถผ่านเขาคันคดเคี้ยวและลงสู่พื้นราบแล้ว ก็จะถึงทางแยกเข้าพระบาทห้วยต้ม

เครื่องบิน : เดินทางมาลงที่สนามบินเชียงใหม่โดยใช้สายการบินภายในประเทศ
จากนามบินเชียงใหม่ – คิวรถลำพูน ที่ตลาดวโรรส นั่งแท็กซี่จากสนามบินเชียงใหม่แจ้งมาลงที่คิวรถลำพูน(ตลาดวโรรส) จะมีทั้งรถสองแถวสีแดง รถตู้เชียงใหม่ไปลำพูน เพื่อเดินทางเข้าจังหวัดลำพูนนั่นเอง หลังจากนั้นก็ต้องรถโดยสารประจำทาง

รถประจำทาง : จะมีรถคิวสองแถวสีแดงจากตัวเมืองเชียงใหม่เข้าจังหวัดลำพูน ใช้ระยะเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง สามารถขึ้นรถที่ป้ายรอรถโดยสารประจำทาง ค่าโดยสาร 18 บาท และต่อรถสองแถวฟ้าขาวเพื่อเข้าอำเภอลี่ รถโดยสารจะเข้า-ออกทุก 15 นาที ค่าโดยสาร 15 บาท ตลอดสาย ส่วนรถกลับเข้าตัวเมืองเชียงใหม่ก็จะสามารถขึ้นรถที่ป้ายรอรถโดยสารประจำทางได้เช่นเดิม โดยรถสองแถวจะหมดประมาณ 18.00 น.



รูปที่ 4 : แผนที่สถานที่ พระบาทห้วยต้ม

โครงการกิจกรรม GEN-Y เทียวไทย สไตล์ยั่งยืน ณ บ้านพระบาทห้วยต้ม อ.ลี้ จังหวัดลำพูน

โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ณ ชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้ม อ.ลี้ จังหวัดลำพูน

- สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนชาวปกากะญอ หมู่บ้านศีลห้า
- รับประทานอาหารมังสวิรัติกินแบบของชาวปกากะญอ
- ชมการแสดงกลองสะบัดชัยจากเด็กในชุมชน
- ร่วมทำกิจกรรม CSR สอนหนังสือให้น้องๆ ในชุมชน
- เที่ยวชม ลักการะ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน เช่น พระมหาธาตุเจดีย์ศรีเวียงชัย วัดบ้านปาง วัดพระธาตุดวงเดียว เป็นต้น

กำหนดการวันแรก วันที่ 15 ธันวาคม 2560

- 05:00 น. พบกันที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง อาคาร 2 Row 9 แจกโบว์ผูกกระเป๋า และป้ายชื่อติดกระเป๋า เตรียมตัว Check in เพื่อเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยสายการบิน Thai Air Asia
- 06:40 น. ออกเดินทางจากท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง
- 07:45 น. เดินทางถึงท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ รับกระเป๋าสัมภาระส่วนตัว และเดินทางไปรับประทานอาหารเช้า
- 09:00 น. รับประทานอาหารเช้า เชื้อนเพ็ญ (2) ร้านอาหารพื้นเมืองชื่อดังของเชียงใหม่
- 10:00 น. ออกเดินทางต่อมุ่งหน้าไปยังชุมชนพระบาทห้วยต้ม จ.ลำพูน
- 12:00 น. เดินทางถึงชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้ม พบกับกิจกรรมต้อนรับกลองสะบัดชัยและฟ้อนรำดาบและทำความรู้จักชุมชน ประวัติครุบาวงศ์ คุรบาฯ ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของคนในชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้มตลอดจนคนในภาคเหนือ รวมถึงเรื่องราวศรัทธาของคนในชุมชนที่มีต่อพระพุทธศาสนา
- 12:30 น. รับประทานอาหารเที่ยงแบบมังสวิรัติก่อพิเศษ ตามรูปแบบของชาวปกากะญอบ้านห้วยต้ม
- 14:00 น. กิจกรรม สัมผัสวิถีชีวิต
- โดยทุกคนต้องแต่งกายด้วยชุดปกากะญอสีสันสดใสที่ทางชุมชนเตรียมเอาไว้ให้ เพื่อความพร้อมในการชมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหลากหลายของการแต่งกายปกากะญอและวิถีชีวิตโบราณกะเหรี่ยงแบบดั้งเดิมที่บ้านโบราณกะเหรี่ยงน้ำบ่อน้อย

- 15:30 น. กิจกรรม CSR สอนหนังสือให้น้องๆในชุมชน
- กิจกรรมจิตอาสาทำดี สอนหนังสือให้เด็กๆในชุมชนเพื่อเปิดโลกทัศน์และมุมมองที่แปลกใหม่
 - มีกิจกรรมให้น้องๆร่วมสนุก เล่นเกมส์เพื่อผ่อนคลาย
- 16:30 น. เดินทางเข้า Check in ลำพูน อีชี โฮเทล พักผ่อน ทำธุระส่วนตัว
- 18:00 น. - เข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์ ณ ที่พัก
- เล่นเกมส์กับเจ้าของเพจ I Roam Alone และ Paapaii พาไปดอทคอม
 - ร่วมพูดคุยมุมมองการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในฐานะบล็อกเกอร์ท่องเที่ยวชื่อดัง
- 20:00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย

กำหนดการวันที่สอง วันที่ 16 ธันวาคม 2560

- 05:30 น. รับประทานอาหารเช้า ณ โรงแรมที่พัก เตรียมตัวออกเดินทาง
- 06:30 น. ออกเดินทางไปยังชุมชนพระบาทห้วยต้ม
- 08:00 น. ชมกรรมวิธีการทำเต้าหู้สด โดยใช้อุปกรณ์ที่พลิกแพลงหาได้ในพื้นที่ พร้อมชิมเต้าหู้สด ทำร้อนๆ ออกจากเตา พร้อมมีการทำกิจกรรมจัดแต่งเต้าหู้สดเพื่อสร้างสีสันให้สวยงามและแซ่ซ้องไชโยเฉลิมฉลองอีกด้วย อาทิตกแต่งจากผลไม้
- 09:00 น. - ชมความงามของสถาปัตยกรรมขนาดใหญ่ของพระมหาธาตุเจดีย์ศรีเวียงชัย
- ชมวิหารครอบรอยพระพุทธรูปบาทห้วยต้มและมณฑปพระเจ้าเก้าตื้อ (จำลอง)
- 10:30 น. กลับที่พัก ทำธุระส่วนตัว
- 12:00 น. Check Out ออกจากที่พัก และรับประทานอาหาร ณ โรงแรม
- 13:30 น. ออกเดินทางไปยังวัดเชิงไหม
- 16:00 น. แวะซื้อของฝากตลาดวโรรส
- 17:00 น. เดินทางไปท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่
- 19:50 น. เดินทางกลับกรุงเทพฯ
- 21:10 น. เดินทางถึงท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองโดยสวัสดิภาพ

กิจกรรมภายในพระบาทห้วยต้ม

1. ชมการแสดงกลองสะบัดชัยและฟ้อนดาบจากเด็กในชุมชน



รูปที่ 5 การแสดงกลองสะบัดชัยและฟ้อนดาบจากเด็กในชุมชน

2. รับประทานอาหารมังสวิรัตินแบบของชาวปกากะญอ

การอยู่ที่นี่ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะต้องรับประทานมังสวิรัติน ห้ามเลี้ยงไก่ เลี้ยงหมู เพื่อกินและจำหน่าย อันเป็นข้อกำหนดของการอยู่ร่วมกัน



รูปที่ 6 ชันโตกมังสวิรัติน

3. กิจกรรม CSR สอนหนังสือน้อง

เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกุ่่ม Gen-Y ได้ร่วมกันทำดีสอนหนังสือให้น้องๆ ในชุมชนเพื่อเปิดโลกทัศน์และมุมมองที่กว้างไกล อีกทั้งยังได้แลกเปลี่ยนความรู้ต่างๆ เช่น ภาษา วัฒนธรรม รวมไปถึงวิถีทัศน์อีกด้วย และผ่อนคลายด้วยการเล่นเกมส่ให้น้องๆ ได้สนุกสนานกันอีกด้วย



รูปที่ 7 : การสอนหนังสือน้อง



รูปที่ 8 : เล่นเกมส่ร่วมสนุกกัน

4. สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนชาวปกากะญอ หมู่บ้านสีลห้า

นายวิมล สุขแดง ประธานกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พระบาทห้วยต้ม ชุมชนใหญ่ มีชาวปกากะญอ หรือกระเหรี่ยงหลายๆพื้นที่รวมกันมาอยู่เมื่อปี 2514 จากนั้นเป็นหมู่บ้านอย่างเป็นทางการเมื่อปี 2518 เมื่อครั้งนี้ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่มาพำนักที่ตำหนักพุพิง พระองค์เห็นถึงปัญหาความยากไร้ของชาวเขาในพื้นที่แห่งนี้ พระองค์ได้เสด็จมาที่นี่เมื่อปีถึง 3 ครั้ง 2521-2523 หาอาชีพที่มั่นคง ลดการหักล้างทำลายป่า ลดพื้นที่ปลูกฝิ่นทางอ้อมจะได้ไม่ไปปรับจ้างปลูกฝิ่น โดยหันมาทำการเกษตร การทำเครื่องเงิน การทอผ้า ซึ่งที่นี่มีศูนย์วิจัยหัตถกรรม รวบรวมผ้าทอของชาวเผ่ากระเหรี่ยงด้วยความศรัทธาและนับถือศาสนา ของคนในชุมชน ทำให้เกิดเป็นชุมชนใหญ่ จาก 13-14 ครอบครัว ซึ่งปัจจุบัน 1,700 กว่าครอบครัว ชุมชนที่นี่เป็นชาวพุทธทั้งหมด “หลักสำคัญคือ การดำเนินชีวิตของคนที่นี่ต้องปฏิบัติตามคำสอนของพุทธศาสนา ต้องช่วยกันดูแล และเผยแผ่พระพุทธศาสนา เพราะฉะนั้นทุกเช้าชาวบ้านจะไปร่วมทำบุญ ตักบาตรที่วัด และทุกเย็นจะไปร่วมสวดมนต์ ในส่วนของวันพระก็จะมีกิจกรรมอื่นๆ



รูปที่ 9 นายวิมล สุขแดง ประธานกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พระบาทห้วยต้ม



รูปที่ 10 วิธีชีวิตชุมชนชาวปกาเกอะญอ

5. เล่นเกมและพูดคุยกับเจ้าของเพจ I Roam Alone และ Paapaii พาไปดอทคอม

กิจกรรมพิเศษในช่วงค่ำโดยแฟนคลับจะได้เล่นเกมกับเจ้าของเพจ I Roam Alone และ Paapaii พาไปดอทคอม บล็อกเกอร์ที่ตัวเองชื่นชอบ อีกทั้งได้ร่วมพูดคุยมุมมองการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในฐานะบล็อกเกอร์เพจท่องเที่ยวชื่อดัง



รูปที่ 11 เจ้าของเพจ I Roam Alone และ Paapaii พาไปดอทคอม

6. ชมกรรมวิธีการทำเต้าหู้สด

เนื่องจากที่นี่กินมังสวิรัตินั้นต้องมีแหล่งทดแทนโปรตีนจากเนื้อสัตว์ ซึ่งถั่วเหลืองเป็นแหล่งโปรตีนจากพืชที่สำคัญ และเพื่อประหยัดในชุมชนแห่งนี้จึงมีการผลิตเต้าหู้ขายเองในชุมชน โดยทำตามออเดอร์วันต่อวันตั้งแต่มีการคัดเลือกถั่วเหลือง บด ต้ม กรอง ใส่มิพิ์ กด ต้ม จนออกมาเป็นเต้าหู้สดแบบ 100 เปอร์เซ็นต์ โดยกิจกรรมจะเป็นการทำเต้าหู้ที่สี่แสนสดใส และตกแต่งให้ดูน่ารับประทานตามสไตล์ของตัวเอง และโพสต์ผ่านโซเชียลมีเดีย พร้อมแฮชแท็กว่า เต้าหู้สด 1 เดียวในโลก เพราะฉันทำเอง ล้วนสร้างความสนุกสนานให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก



รูปที่ 12 กรรมวิธีการทำเต้าหู้สด



รูปที่ 13 ตกแต่งเต้าหู้ด้วยสไตล์ของคุณเอง

7. เทียวชม ลักการะ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน

เช่น พระมหาธาตุเจดีย์ศรีเวียงชัย พระพุทธบาทห้วยต้ม เป็นต้น

- พระมหาธาตุเจดีย์ศรีเวียงชัย

สิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้ม อันเป็นศูนย์รวมใจของชาวปกาเกอะญอทุกคน ประดิษฐานอยู่ที่พระมหาธาตุเจดีย์ศรีเวียงชัย พุทธสถานของวัดพระบาทห้วยต้ม ที่สร้างขึ้นโดยเจตนาของหลวงปู่ครูบาวงศ์ และสานต่อจนสมบูรณ์โดยชาวบ้าน

- วัดพระพุทธบาทห้วยต้ม

วัดที่ใหญ่ที่สุดของอำเภอลี่ ระหว่างทางที่เข้ามาในบริเวณวัด มีหมู่บ้านของชาวปกาเกอะญออาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นวัดประจำหมู่บ้านที่เคารพศรัทธาของชาวบ้านห้วยต้ม ภายในวัดมีวิหารที่บรรจุร่างของครูบาวงศ์ ซึ่งไม่เนาไม่เปื่อยไว้ในโรงแก้ว มีรอยพระพุทธบาทที่เชื่อว่างค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าเสด็จมา ณ ที่นี้ ครูบาวงศ์จึงได้สร้างรอยพระบาทจำลองครอบของจริงไว้



รูปที่ 14 พระมหาธาตุเจดีย์ศรีเวียงชัย



รูปที่ 15 วัดพระบาทห้วยต้ม

รายละเอียดงบประมาณ

1. ค่าวิทยากรในชุมชน		2,000 บาท
2. ค่าบำรุงสถานที่		10,000 บาท
3. ค่าตัวเครื่องบินไป-กลับ	$2,075 \times 30$ ที่นั่ง	62,250 บาท
4. ค่าเช่ารถตู้ในจังหวัดลำพูน 2 คัน	$2,000 \times 2$ คัน	4,000 บาท
5. ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถตู้ 2 คัน	$1,000 \times 2$ คัน	2,000 บาท
6. ค่าอาหารเช้า ร้านอาหารพื้นเมืองของเชียงใหม่		12,000 บาท
7. ค่าเช่าชุดพื้นเมืองชาวปกากะญอ	200×30 ชุด	6,000 บาท
8. ค่าอาหารมังสวิรัต		9,000 บาท
9. ค่าอาหารเย็นรูปแบบขันโตก		12,000 บาท
10. ค่าอาหารเช้าง่อนกลับ		9,000 บาท
11. ค่าห้องพัก ลำพูนอีซี่ โฮเทล	590×15 ห้อง	8,850 บาท
12. ค่าอุปกรณ์ปฐมพยาบาล		5,000 บาท
13. ค่าสื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์		30,000 บาท
14. ค่าจ้างบล็อกเกอร์	$20,000 \times 2$ คน	40,000 บาท
15. ค่าหมวก 30 ใบ	150×30 ใบ	4,500 บาท
16. ค่าน้ำดื่ม		1,500 บาท
รวม		218,100 บาท

ผู้สนับสนุนการจัดงาน

- องค์การบริหารส่วนตำบลนาทราย
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ
- บริษัทไทยน้ำทิพย์

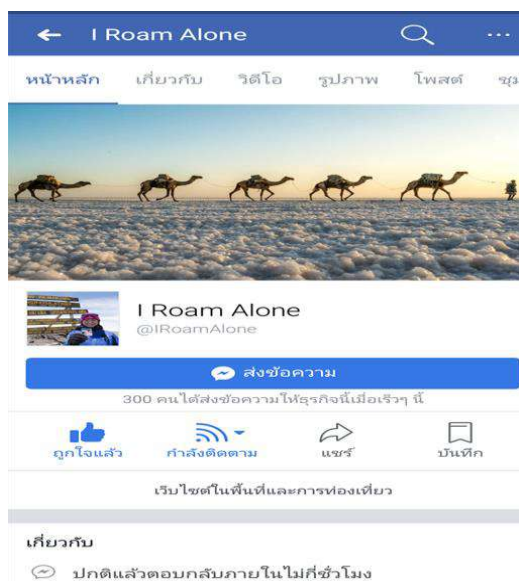


รูปที่ 16 ผู้สนับสนุนโครงการ

การประชาสัมพันธ์

เลือกช่องทางเฟ้นเพจท่องเที่ยวบน Facebook ซึ่งได้เพจ I Roam Alone และ Paapaii พาไปดอทคอม ที่มียอดติดตามจำนวนมาก และเป็นเป้าหมายสำคัญในด้านการท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen-Y โดยทั้งเพจ I Roam Alone และ Paapaii พาไปดอทคอม จะจัดกิจกรรม Like and share พา Gen-Y เที่ยวไทย สไตล์ยั่งยืน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า 1 เดือน และคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 30 คน คัดจากเพจ เพจละ 15 คน นอกจากนี้ บล็อกเกอร์เพจทั้ง 2 ท่าน จะกลับไปเขียนรีวิวกิจกรรมลง เพจอีก 1 รอบหลังจากจบโครงการ

เพจ I Roam Alone มียอดผู้ติดตาม 572,455 คน



เพจ Paapaii พาไปดอทคอม มียอดผู้ติดตาม 790,289 คน



รูปที่ 17 สื่อประชาสัมพันธ์

ป้ายประชาสัมพันธ์



รูปที่ 18 ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ

ของที่ระลึก



รูปที่ 19 ของที่ระลึกโครงการ (หมวก)

วิเคราะห์ SWOT

- S (จุดแข็ง) :
- เป็นโครงการที่เล็งเห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว และให้ความสนใจในการตระหนักถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ดีของหมู่บ้านเพื่อส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนที่มั่นคงของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้
 - เป็นโครงการหรือกิจกรรมที่มีความพิเศษ โดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมลงมือทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยตนเองเพื่อปลูกฝังให้กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen-Y ให้มีความใส่ใจทรัพยากรของการท่องเที่ยว
 - จำกัดผู้เข้าร่วมโครงการ 50 คนเท่านั้น
 - เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สัมผัสได้ถึงทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านอย่างชัดเจน
 - นักท่องเที่ยวสามารถมาเรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมสิ่งแปลกใหม่ของคนในหมู่บ้านและวิถีการดำเนินชีวิตอีกด้วย
- W (จุดอ่อน) :
- สถานที่ที่เป็นหมู่บ้านขนาดเล็กจึงไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในจำนวนมากเกินไป
 - สิ่งอำนวยความสะดวกในหมู่บ้านไม่ครบครัน
 - อาหารในหมู่บ้านอาจจะไม่มีรสชาติที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเนื่องจากเป็นอาหารท้องถิ่นและหมู่บ้านห่างไกลความเจริญและร้านค้าสะดวกซื้อ
- O (โอกาส) :
- เป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen-Y ได้มีส่วนร่วมในการตระหนักถึงทรัพยากรของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม
 - เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างคนในหมู่บ้านและกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen-Y ที่ได้ร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ของหมู่บ้าน
 - ได้เผยแพร่โครงการดีๆ ไปสู่โลกโซเชียลผ่านกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen-Y และยังเป็นการบอกถึงการรับรู้ของผลที่ตามมาได้อีกด้วย
- T (อุปสรรค) :
- ไม่ค่อยได้รับการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สถานที่หมู่บ้านแห่งนี้อย่างต่อเนื่องจึงทำให้หมู่บ้านไม่ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมเท่าที่ควร

4.4 สรุปผลโครงการ

4.4.1 ผลการนำเสนอโครงการกิจกรรม

คะแนนจาก นายรัตนวรรษ วัฒนบุชา ตำแหน่งพนักงานส่งเสริมกิจกรรมในประเทศ

หัวข้อการให้คะแนน	คะแนนรวม	คะแนนที่ได้
1. เสนอรูปแบบของโครงการกิจกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับภาค วิชาการท่องเที่ยว	20	14
2.การนำเสนอโครงการ 2.1 เอกสารประกอบการนำเสนอ (10 คะแนน) 2.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอ (10 คะแนน) 2.3 การเตรียมความพร้อมและอุปกรณ์ที่ใช้ในการนำเสนอ (10 คะแนน)	30	27
3.การนำไปสู่การปฏิบัติจริง	40	35
4.การทำงานเป็นทีม	10	10
คะแนนรวม	100	86

ตารางที่ 3 การให้คะแนนนำเสนอโครงการ

คะแนนจาก นางสาวพรพกา แสงวัน ตำแหน่งเลขานุการด้านการตลาดภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หัวข้อการให้คะแนน	คะแนนรวม	คะแนนที่ได้
1. เสนอรูปแบบของโครงการกิจกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับภาค วิชาการท่องเที่ยว	20	19
2.การนำเสนอโครงการ 2.1 เอกสารประกอบการนำเสนอ (10 คะแนน) 2.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอ (10 คะแนน) 2.3 การเตรียมความพร้อมและอุปกรณ์ที่ใช้ในการนำเสนอ (10 คะแนน)	30	30
3.การนำไปสู่การปฏิบัติจริง	40	25
4.การทำงานเป็นทีม	10	9
คะแนนรวม	100	83

ตารางที่ 4 การให้คะแนนนำเสนอโครงการ

คะแนนจาก นางสาวจิราภรณ์ พินิจวิชา ตำแหน่งลูกจ้างโครงการด้านการตลาดในประเทศ

หัวข้อการให้คะแนน	คะแนนรวม	คะแนนที่ได้
1. เสนอรูปแบบของโครงการกิจกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับภาค วิชาการท่องเที่ยว	20	20
2.การนำเสนอโครงการ 2.1 เอกสารประกอบการนำเสนอ (10 คะแนน) 2.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอ (10 คะแนน) 2.3 การเตรียมความพร้อมและอุปกรณ์ที่ใช้ในการนำเสนอ (10 คะแนน)	30	25
3.การนำไปสู่การปฏิบัติจริง	40	30
4.การทำงานเป็นทีม	10	7
คะแนนรวม	100	82

ตารางที่ 5 การให้คะแนนนำเสนอโครงการ

4.4.2 สรุปผลการนำเสนอจากตารางการให้คะแนนของผู้เข้าร่วมการนำเสนอ

การนำเสนอโครงการกิจกรรม “GEN-Y เทียวไทย สไลด์ยั่งยืน” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึงการท่องเที่ยวที่ตระหนักและรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และวัฒนธรรมให้อยู่สืบต่อไปโดยผ่านนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่อยู่ในช่วงอายุ 20-37 ปี และจะมีกิจกรรมของวิถีสวนหินให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเรียนรู้ร่วมกัน ภายใต้หลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตใต้สำนึกต่อการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า ทั้งนี้ยังเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการใส่ใจทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ณ ชุมชนพระบาทห้วยต้ม จังหวัดลำพูน

โครงการกิจกรรมมีการนำเสนอที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในระดับมาก การนำเสนอมีเอกสารประกอบคือ เล่มโครงการและโปรแกรมการนำเสนอ รวมไปถึงลำดับขั้นตอนการนำเสนอค่อนข้างชัดเจน ต่อเนื่องมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้การเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์การนำเสนอมีความครบถ้วนเพื่อเป็นการสื่อให้เข้าใจได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น แบ่งหน้าที่ในการนำเสนอและจัดเตรียมเครื่องดื่มให้แก่ผู้เข้าร่วมฟังการนำเสนอ ทั้งนี้คณะผู้จัดทำโครงการยังได้รับคำปรึกษาจากนักศึกษาร่วมฝึกงาน ทำงานเป็นทีมและจากการรับฟังข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมการนำเสนอลงความเห็นว่าการนี้นำไปสู่การปฏิบัติงานได้จริง

4.4.3 ข้อเสนอแนะจากการนำเสนอโครงการ

1. กิจกรรมของโครงการควรเพิ่มรายละเอียดให้มากขึ้น เช่น

- ควรเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว GEN-Y เป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวได้ และกิจกรรม CSR ควรเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นได้จริงและมีประโยชน์ต่อโครงการ
- เรื่องของที่พักควรเลือกการพักโรงแรมเพื่อครอบคลุมในเรื่องค่าใช้จ่ายและความปลอดภัยของกลุ่มนักท่องเที่ยวจริงๆ
- ค่าใช้จ่าย ควรศึกษารายละเอียดค่าใช้จ่ายให้ตรงกับสถานการณ์จริงมากกว่านี้
- แกรับเชิญผู้เข้าร่วมงาน ไม่จำเป็นต้องใช้ดารามีชื่อเสียงเนื่องจากทำให้ต้นทุนสูงเปลี่ยนมาเป็นผู้มีความรู้และใส่ใจการท่องเที่ยวเช่น บล็อกเกอร์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกทั้งมีความชื่นชอบและสนใจในการท่องเที่ยวจริงๆ
- สื่อโฆษณาไม่จำเป็นต้องใช้ทางโทรทัศน์เนื่องจากต้นทุนสูงให้เลือกมาเป็นทางFacebook หรือทางโซเชียลมีเดีย ประหยัดค่าใช้จ่ายและเหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว GEN-Y อีกด้วย

บทที่ ๕

สรุปผลข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 สรุปผลโครงการโดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์และขอบเขตที่ตั้งไว้

จากการที่คณะผู้จัดทำได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ และทางคณะผู้จัดทำได้มีการคิดโครงการกิจกรรมเพื่อเพื่อให้เสนอให้กับองค์กร โดยโครงการที่นำเสนอมีชื่อโครงการว่า “GEN-Y เทียวไทยสไตล์ยั่งยืน” เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากการที่ได้ทำการนำเสนอโครงการไปนั้น ทางองค์กรได้รับทราบเกี่ยวกับข้อมูลโครงการกิจกรรมและวัตถุประสงค์ของการจัดทำโครงการว่าทำเพื่ออะไร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตระหนักและรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และวัฒนธรรมให้อยู่สืบต่อไปโดยผ่านนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ที่เกิดในปี พ.ศ. 2524-2543 และจะมีกิจกรรมของวิเทศชนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเรียนรู้ร่วมกัน ภายใต้หลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตใต้สำนึกต่อการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า ทั้งนี้ยังเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการใส่ใจทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ณ ชุมชนพระบาทห้วยต้ม จังหวัดลำพูน

โดยจากการที่คณะผู้จัดทำได้นำเสนอโครงการกิจกรรมที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไปนั้น ทางองค์กรได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก พร้อมทั้งให้คำแนะนำเพิ่มเติมและมีความเห็นที่ตรงกันว่า โครงการงานกิจกรรม “Gen-Y เทียวไทย สไตล์ยั่งยืน” สามารถนำมาประยุกต์ให้เกิดขึ้นได้จริง ด้วยเป็นโครงการที่สร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ในปัจจุบัน สามารถสร้างความรับรู้ในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติได้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า อยากที่จะอนุรักษ์และส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวรวมไปถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี ให้ยั่งยืนต่อไป โดยเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ ตามบทบาทของหน้าที่องค์กรอย่างแท้จริง

5.2 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา

5.2.1 การปฏิบัติสหกิจศึกษา

ได้เรียนรู้ระบบการปฏิบัติงานจริงขององค์กร และสามารถนำไปใช้การทำงานจริงในอนาคตได้ เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าปฏิบัติงานจริง และได้ฝึกการปรับตัวให้เข้ากับผู้ร่วมงานได้ ทั้งในองค์กรและนอกสถานที่เนื่องจากการได้มีการลงพื้นที่จริงในกิจกรรมบางครั้ง อีกทั้งยังได้ทำงานร่วมกันเพื่อเป้าหมายเดียวกัน ฝึกระเบียบวินัย เช่นการตรงต่อเวลา การรับผิดชอบในหน้าที่การทำงานของตนเอง

5.2.2 การจัดทำโครงการ

ทางคณะผู้จัดทำมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์จากการทำโครงการนี้ มีการเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยเดียวกับคณะผู้จัดทำเพราะกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen-Y นอกจากจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งแล้ว ยังสามารถใช้เทคโนโลยีบอกเล่าประสบการณ์ดีๆผ่านทางโซเชียลมีเดียอีกด้วย เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนส่วนมากได้ให้ความสนใจกับโลกโซเชียลมีเดีย จึงทำให้มีผู้พบเห็นมากมายได้ทั่วโลกนั่นเอง ทั้งนี้เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหันมาสนใจ ใส่ใจในการอนุรักษ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เนื่องจากการปฏิบัติสหกิจศึกษามีการกำหนดเวลาอย่างเคร่งครัด จึงจะต้องเดินทางไปถึงสถานที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลาจริง ทั้งนี้ต้องมีการปรับเวลาการใช้ชีวิตประจำวัน ในการเดินทางเพื่อการเตรียมพร้อมก่อนได้เข้าทำงานจริงในอนาคต

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำกิจกรรมเสริมที่มีความน่าสนใจและเหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวในครั้งถัดไป
2. นักศึกษาจะต้องสามารถใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างคล่องแคล่ว ได้แก่ โปรแกรม Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Powerpoint

บรรณานุกรม

- ชัชวาลย์. (2553). *งูใจคน GEN-Y (ตอนแรก)*. เข้าถึงได้จาก <http://www.jobpub.com/articles/showarticle.asp?id=2530>
- ทิพวัลย์ สันนิธิตาวร. (2553). *Generation Y*. เข้าถึงได้จาก <http://sites.google.com/site/490880tippawansinnititaworn/examination/generation-y>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผู้จัดการรายสัปดาห์. (2553). *เปิดผลวิจัย Gen Y ใครว่าเป็นตัวป่วนองค์กร*. เข้าถึงได้จาก <http://www.muslimthai.com/main/1428/content.php?page=sub&category=110&id=10173>
- พสุ เดชะรินทร์. (2552, 28 กรกฎาคม). *การทำความเข้าใจกับคน Gen Y*. *กรุงเทพธุรกิจ*. หน้า 110.
- รัชฎา อติสนธิสกุล. (2549). *เตรียมรับ Generation Y คลื่นลูกใหม่ขององค์กร*. *Productivity World*. 11(60), 56-60.
- เสาวนีย์ พิสูจน์านุสรณ์. (2550). *“Generation Y ตบเท้าเข้าสู่โลกธุรกิจ”*. เข้าถึงได้จาก <https://positioningmag.com/9948>
- อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2551). *มัดใจ Gen Y ด้วยดีไซน์ โคนๆ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.marketingoops.com/brand-marketing/strategy-brand-marketing/gen-y/>
- อภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา. (2553). *รับมือกับคน Gen Y*. เข้าถึงได้จาก <http://www.orchidslingshot.com/modx/index.php?id=1357>
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). *การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย*. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 21(4), 38-48.

ภาคผนวก ก

รูปขณะปฏิบัติงานสหกิจ



งาน International Bangkok Bike ครั้งที่10



ภาพปฏิบัติงานให้ข้อมูลและแจกเอกสารเส้นทางปั่นจักรยานของภาคเหนือ

งาน International Bangkok Bike ครั้งที่ 10



ภาพปฏิบัติงานให้ข้อมูลและแจกเอกสารเส้นทางปั่นจักรยานของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

งานมหกรรมท่องเที่ยวภาครัฐ



ภาพปฏิบัติหน้าที่ประจำบูธ ให้ข้อมูลและแจกเอกสารท่องเที่ยวในภูมิภาคเหนือ



งาน Thailand Live Gastronomy ณ สยามสแควร์



ภาพการประชุมแผนผังงาน Thailand Live Gastronomy



ภาพการปฏิบัติงาน Thailand Live Gastronomy

งานตามรอยศรัทธารุกในองค์มหาราชา รัชกาลที่ 9 ณ วัดพระแก้วดอนเต้าสุชาดาราม
จ.ลำปาง



ภาพการประชุมงานตามรอยศรัทธารุกในองค์มหาราชา รัชกาลที่ 9



ภาพขณะปฏิบัติงาน ณ จุดลงทะเบียนสื่อมวลชน

งานจัดเลี้ยงปีใหม่ที่แผนกงานกิจกรรมในประเทศ



ภาพจัดเตรียมงานปีใหม่



ภาพขณะปฏิบัติงานจัดเตรียมของที่ระลึก

กิจกรรมงานแถลงข่าวประเพณีออกพรรษา ของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพกิจกรรมการแสดงเพลงพื้นบ้านของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพขณะปฏิบัติหน้าที่จุดเชิญชิมขนมและเครื่องดื่ม

งานสัมมนา “ชวนกันเที่ยว” จากบล็อกเกอร์ชื่อดัง



ภาพในขณะเข้าร่วมงานรับฟังและ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น



ภาพกิจกรรมงานแถลงข่าว 12 เมืองต้องห้ามพลาด

ภาพอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจ ออกนิเทศนักศึกษาสหกิจ



ภาคผนวก ข

เอกสารแนบ

- แบบประเมินการนำเสนอโครงการ



ภาคผนวก ค

เอกสารแนบ

- ใบเสนอความคิดเห็นโครงการ



ประวัติผู้เขียน



รหัสนักศึกษา : 5604400081

ชื่อ-นามสกุล : นางสาวหนึ่งฤทัย พวงสาม

คณะ : ศิลปศาสตร์

สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

ที่อยู่ : 34 พุทธรณทลสาย2 ซอย 11

แขวงบางไผ่ เขตบางแค กรุงเทพฯ

10160



รหัสนักศึกษา : 5604400128

ชื่อ-นามสกุล : นางสาววรรณกานต์ รักษาพงษ์

คณะ : ศิลปศาสตร์

สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

ที่อยู่ : 232/3 หมู่ 18 ต.คลองตะเกรา

อ.ท่าตะเกรา จ.ฉะเชิงเทรา 24160



รหัสนักศึกษา : 5704400169

ชื่อ-นามสกุล : นางสาวสุภารัตน์ ขำเขียว

คณะ : ศิลปศาสตร์

สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

ที่อยู่ : 118 ซ.บางแวก 2 ถ.เจริญสนิทวงศ์13

ต. บางแวก ข.ภาษีเจริญ จ.กทม 10160