

ผลของการวิจัย

ผลของการศึกษาวิจัยประกอบด้วยการนำเสนอข้อมูล 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นผลข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม ของผู้อยู่อาศัยในชุมชนและนักท่องเที่ยว และส่วนที่สองเป็นข้อมูลจากการจัดสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เพื่อศึกษาแนวทางเบื้องต้นในการปรับปรุงฟื้นฟูหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบจากผู้มีบทบาทในชุมชน มีรายละเอียดผลการศึกษาตามลำดับดังนี้

5.1 ผลการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม ของผู้อยู่อาศัยในชุมชนและนักท่องเที่ยว

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการพัฒนาปรับปรุงฟื้นฟูหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ เป็นการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัย โดยการศึกษาได้อ้างอิงตามกรอบแนวคิดในการพัฒนามหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบที่พิจารณาความพร้อมของชุมชนตามองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ด้าน (3P) คือ ด้านคน (P-people) ด้านผลิตภัณฑ์ (P-product) และด้านสถานที่ (P-place) โดยความพร้อมขององค์ประกอบดังกล่าวนี้เป็นปัจจัยในการส่งเสริมความเข้มแข็ง ความน่าอยู่ และการท่องเที่ยวในชุมชน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ โดยมีลำดับการวิเคราะห์ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านคน (P-people)
3. การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (P-product)
4. การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านสถานที่ (P-place)

5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

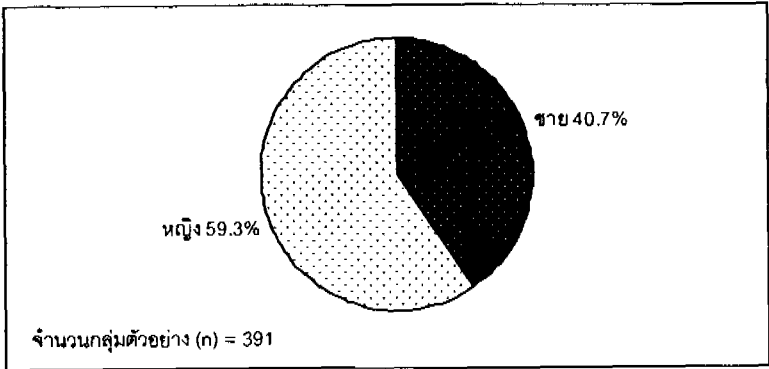
ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามมาจากกลุ่มประชากรที่ศึกษา 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้อยู่อาศัยในชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในชุมชน โดยมีรายละเอียดผลการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในชุมชน

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในชุมชน มาจากการสุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ หมู่บ้านโอทอป ต้นแบบ (หมู่ที่ 1 2 3 7 และ 8 ตำบลด่านเกวียน) จำนวน 400 ราย ประกอบด้วย ข้อมูลด้าน เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือน และอาชีพ ตามรายละเอียดดังนี้

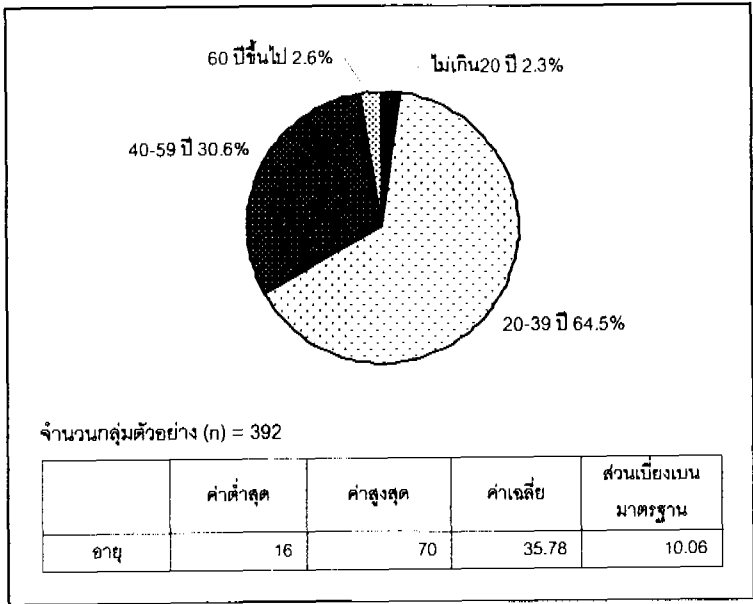
ภาพที่ 5.1

เพศของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชน (ร้อยละ)



ภาพที่ 5.2

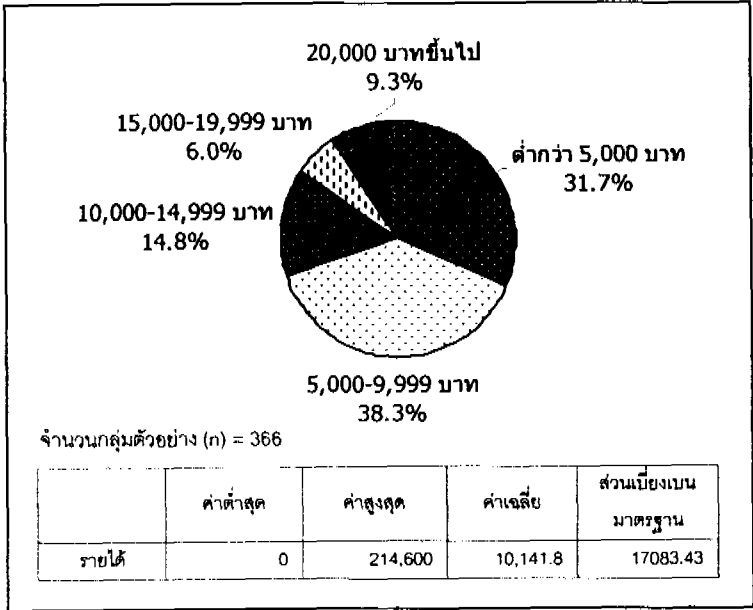
อายุของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชน (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.1 และ 5.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในพื้นที่หมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบชุมชนด้านเกรียน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-39 ปี (ร้อยละ 64.5) โดยมีอายุเฉลี่ยประมาณ 36 ปี อายุน้อยที่สุด คือ 16 ปี และอายุมากที่สุด คือ 70 ปี

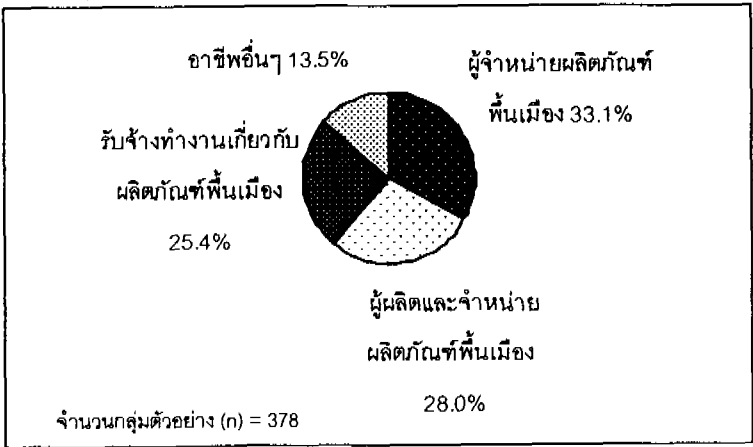
ภาพที่ 5.3

รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชน (ร้อยละ)



ภาพที่ 5.4

อาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชน (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.3 และ 5.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-9,999 บาท (ร้อยละ 38.3) แต่มีค่าเฉลี่ยรายได้ต่อคนต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 10,000 บาท รายได้ต่ำที่สุด คือ ไม่มีรายได้ และรายได้สูงที่สุดคือ 214,600 บาท ในด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง (ร้อยละ 33.1) รองลงมา ได้แก่ ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และเป็นผู้รับจ้างทำงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ตามลำดับที่เหลือเป็นผู้ประกอบอาชีพอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์พื้นเมืองมีเพียงร้อยละ 13.5

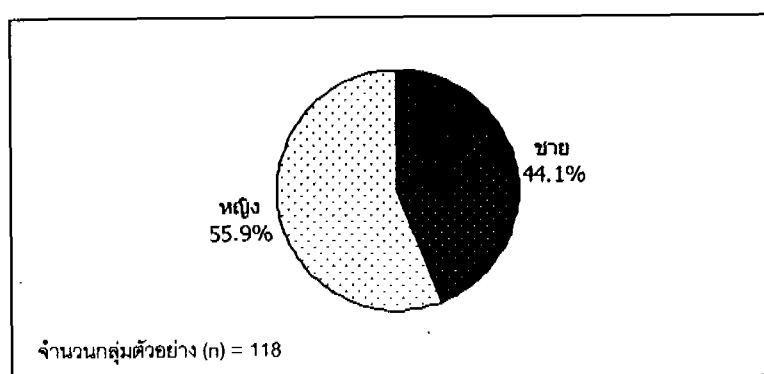
จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในวงจรอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา รวมกันกว่าร้อยละ 86.5 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสำรวจของเทศบาลตำบลด่านเกวียน ที่ระบุว่าประชากรในพื้นที่เทศบาลส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 เป็นผู้มีอาชีพเกี่ยวกับวงจรอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านโอท็อป ดันแบบ มีค่าสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของประชากรในพื้นที่ตำบลด่านเกวียน (5,162 บาทต่อคนต่อเดือน) ตามที่ได้ศึกษาไว้แล้วในบทที่ 4 เรื่องสภาพเศรษฐกิจชุมชน

2. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยว มาจากการสุ่มประชาชนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่หมู่บ้านโอท็อป ดันแบบ จำนวน 120 ราย ประกอบด้วยข้อมูลด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ส่วนตัวต่อเดือน อาชีพ และภูมิถิ่นที่ตามรายละเอียด ดังนี้

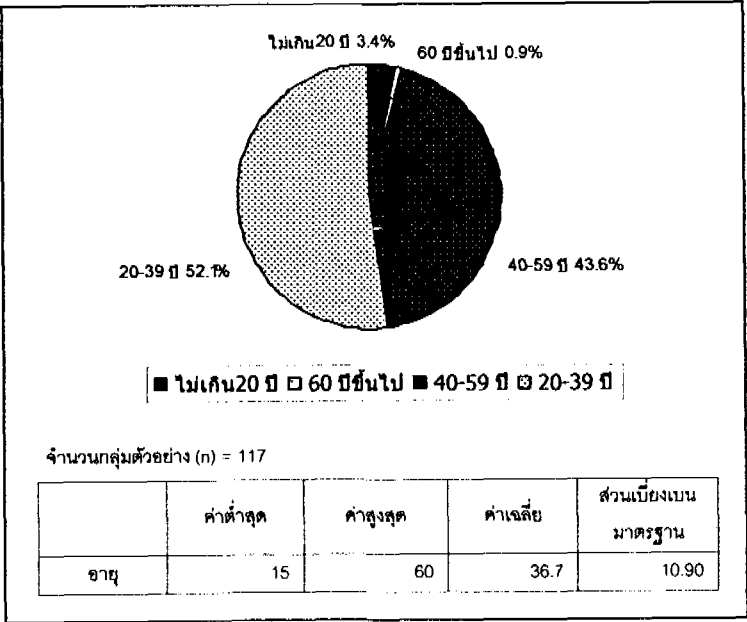
ภาพที่ 5.5

เพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

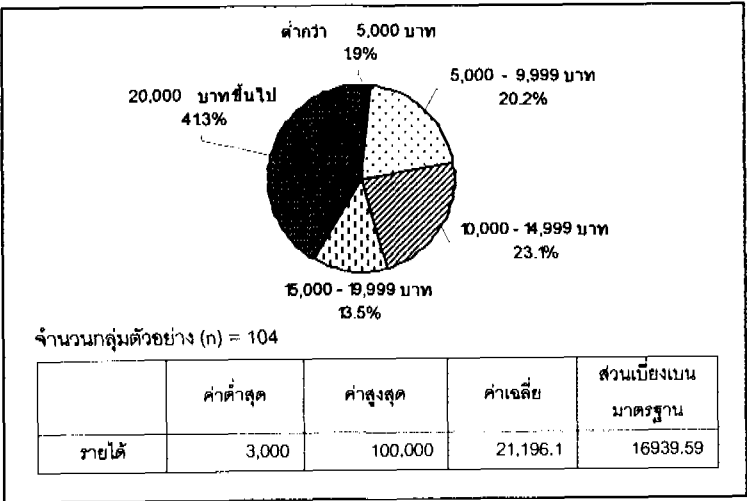


จากภาพที่ 5.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (จำนวนร้อยละ 55.9)

ภาพที่ 5.6
อายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

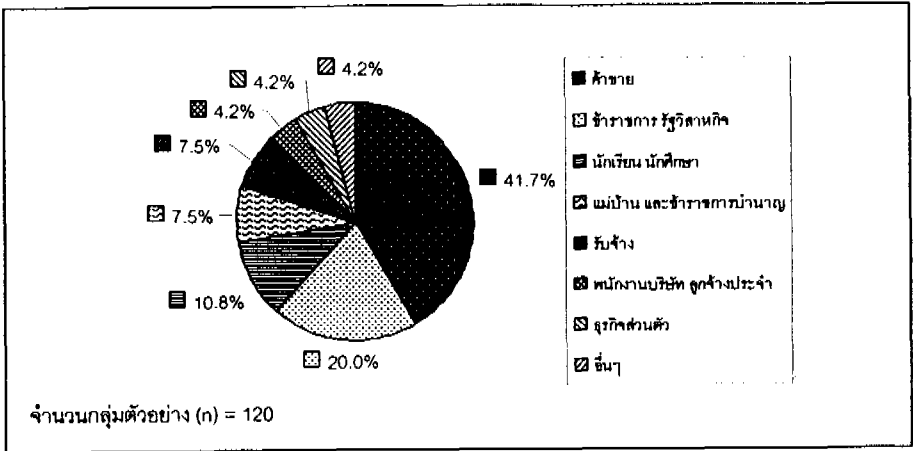


ภาพที่ 5.7
รายได้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

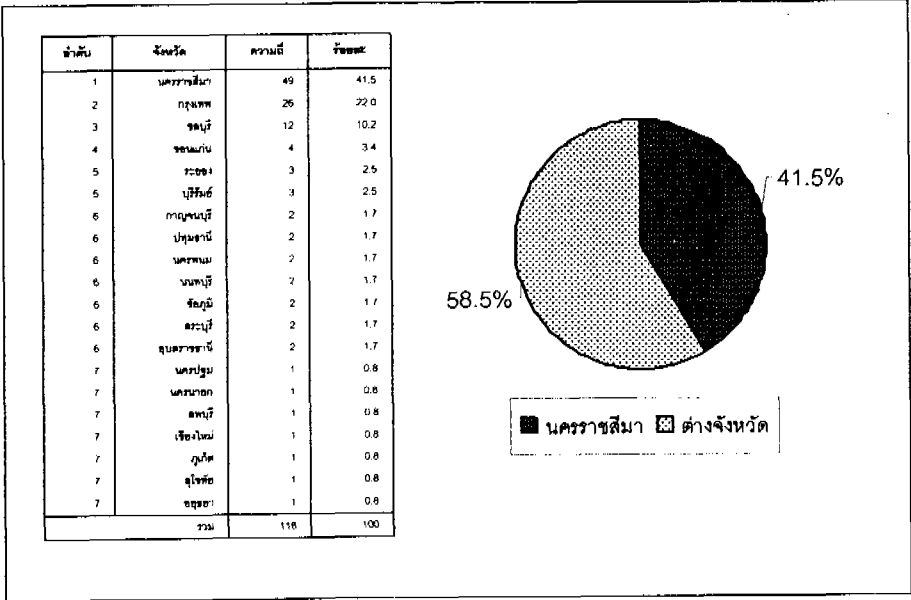


จากภาพที่ 5.6 และ 5.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-39 ปี (ร้อยละ 52.1) โดยมีอายุเฉลี่ยประมาณ 37 ปีอายุน้อยที่สุดคือ 15 ปี และอายุมากที่สุดคือ 60 ปี ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนประมาณ 21,000 บาท รายได้ต่ำที่สุด คือ 3,000 บาท และรายได้สูงที่สุด คือ 100,000 บาท

ภาพที่ 5.8
อาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)



ภาพที่ 5.9
ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.8 และ 5.9 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนมากประกอบอาชีพค้าขาย (ร้อยละ 41.7) รองลงมา คือ กลุ่มที่ทำงานข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ โดยส่วนมากมีถิ่นพักอาศัยใน จังหวัดนครราชสีมา (ร้อยละ 41.5) รองลงมา ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และชลบุรีตามลำดับ

จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน สูงกว่ากลุ่มตัวอย่าง ผู้อยู่อาศัยในชุมชนหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ โดยนักท่องเที่ยวส่วนมากมีอาชีพค้าขาย และเป็น นักท่องเที่ยวในท้องถิ่น (จังหวัดนครราชสีมา)

5.1.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านคน (P-people)

คน (P-people) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญลำดับแรกของการพัฒนาหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ ซึ่งแนวคิดในการสร้างความเข้มแข็ง ความน่าอยู่ และการท่องเที่ยว ล้วนให้ความสำคัญ กับคนในชุมชนเป็นศูนย์กลางในการเริ่มต้นพัฒนา ดังนั้นการศึกษาแนวทางในการออกแบบ และ จัดการเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ ให้มีความยั่งยืน จำเป็นต้องพิจารณาเงื่อนไข ความพร้อมของคนในชุมชนก่อน ว่ามีความพร้อมในการร่วมสร้างความเข้มแข็ง ความน่าอยู่ และ การท่องเที่ยวของชุมชนตนเองเพียงใด เพื่อจะได้กำหนดรูปแบบในการปรับปรุงฟื้นฟูหมู่บ้าน โอท็อป ต้นแบบ ให้สอดคล้องกับกำลังคนในชุมชน

การพิจารณาความพร้อมของคน ว่ามีศักยภาพเพียงใดในการพัฒนาชุมชนไปสู่ความ เข้มแข็ง ความน่าอยู่ และการท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วยการวิเคราะห์ทัศนคติ และพฤติกรรมด้าน ต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านการดำรงชีวิตของคนในชุมชน และทัศนคติ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวกับกลุ่มผู้อยู่อาศัยในชุมชน

1. วิเคราะห์ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการมีส่วนร่วม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การศึกษานี้แบ่งการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมใน 3 ลักษณะ คือ วิเคราะห์การมีส่วนร่วม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั่วไปในชุมชน วิเคราะห์การมีส่วนร่วมในลักษณะเป็นทางการ และ วิเคราะห์การมีส่วนร่วมในโครงการหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ ประกอบด้วยประเด็นในการศึกษา ตามลำดับ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั่วไปในชุมชน ประกอบด้วย การศึกษาระดับทัศนคติด้านการมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงการพัฒนาชุมชน และการ พัฒนาตนเอง โดยมีตัวแปรในการศึกษา (ดังตารางที่ 5.1) ดังนี้

ตารางที่ 5.1

การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั่วไปในชุมชน (ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน)

รายการ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n Valid)	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็น				
			ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
			1.0	1.8	2.6	3.4	4.2
ท่านยอมสละเวลาเมื่อมีการร้องขอจาก ทางการให้เข้าร่วมประชุม (ประชาคม)	0.74	397	3.91				
ท่านยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นบ้าง แม้จะมีความคิดเห็นไม่ตรงกัน	0.65	397	3.95				
การตัดสินใจปรับปรุง พัฒนาชุมชนเป็น หน้าที่ของเจ้าหน้าที่	1.21	396	3.18				
ท่านต้องการติดต่อหรือเกี่ยวข้องกับเพื่อน บ้านให้น้อยที่สุด	1.02	390	2.24				
ท่านยอมอดทนต่อความลำบากเพื่อให้ ชุมชนน่าอยู่อาศัย	0.87	394	3.59				
ท่านสามารถอดทนต่อความไม่สะดวก บางอย่างได้ถ้าทำเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	0.84	397	3.80				
การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในบริเวณ บ้านของท่านเป็นการช่วยพัฒนาชุมชน	0.72	396	4.37				
ท่านมีทักษะที่ดีแล้วในการประกอบอาชีพ ไม่จำเป็นต้องพัฒนาความรู้ ทักษะเพิ่มเติมอีก	1.13	395	2.75				
การอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประสบ การณ์กับผู้อื่น จะช่วยพัฒนาตนเอง	0.65	397	4.39				

จากตารางที่ 5.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีระดับความคิดเห็นด้านการมีส่วนร่วม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั่วไปในชุมชน อยู่ในเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

(1) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งในประเด็นต่อไปนี้ คือ การอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับผู้อื่นจะช่วยพัฒนาตนเอง และการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในบริเวณบ้านเป็นการช่วยพัฒนาชุมชน โดยมีค่าความคิดเห็นเฉลี่ย 4.39 และ 4.37 ตามลำดับ

(2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย ในประเด็นต่อไปนี้ คือ การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นบ้างแม้จะมีความคิดเห็นไม่ตรงกัน การยอมสละเวลาเมื่อมีการร้องขอจากทางการให้เข้าร่วมประชุม (ประชาคม) การอดทนต่อความไม่สะดวกบางอย่างได้ ถ้าทำเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

และการอดทนต่อความลำบากเพื่อให้ชุมชนน่าอยู่อาศัย โดยมีค่าความคิดเห็นเฉลี่ย 3.95 3.91 3.80 และ 3.59 ตามลำดับ

(3) กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่า การตัดสินใจปรับปรุงพัฒนาชุมชนเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ และไม่แน่ใจว่าการมีทักษะที่ดีแล้วในการประกอบอาชีพไม่จำเป็นต้องพัฒนาความรู้เพิ่มเติมอีก โดยมีค่าความคิดเห็นเฉลี่ย 3.18

(4) กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยที่จะติดต่อ หรือเกี่ยวข้องกับเพื่อนบ้านให้น้อยที่สุด โดยมีค่าความคิดเห็นเฉลี่ย 2.24

จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มเจตคติในเชิงของการมีส่วนร่วม เพราะมีระดับความคิดเห็นทั้งเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งกับคำถามส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการร่วมพัฒนาดูแลรักษา และเสียสละเพื่อสภาพแวดล้อมของชุมชน ส่วนเจตคติที่มีค่าระดับกลาง แสดงให้เห็นแนวโน้มว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มั่นใจว่าการพัฒนาชุมชนเป็นเรื่องของเจ้าหน้าที่เท่านั้น นอกจากนี้ระดับของเจตคติบางข้อบ่งบอกว่า ชุมชนมีแนวโน้มของการเป็นสังคมแลกเปลี่ยนเรียนรู้อีกด้วย ได้แก่ การที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับผู้อื่นจะช่วยพัฒนาตนเอง (4.39) การเห็นด้วยกับการยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (3.95) และการไม่เห็นด้วยหากต้องติดต่อ หรือเกี่ยวข้องกับเพื่อนบ้านให้น้อยที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความไม่แน่ใจว่า การมีทักษะที่ดีในการประกอบอาชีพแล้วไม่จำเป็นต้องพัฒนาความรู้เพิ่มเติมอีก ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนแสดงให้เห็นแนวโน้มเชิงบวก ทั้งด้านการมีส่วนร่วมและการเป็นสังคมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของหมู่บ้านโอทอป ต้นแบบ ชุมชนด่านเกวียน

2) วิเคราะห์การมีส่วนร่วมในลักษณะเป็นทางการ เป็นการศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการของสมาชิกในชุมชน เพื่อการพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยมีตัวแปรในการศึกษา (ดังตารางที่ 5.2) ดังนี้

ตารางที่ 5.2

การมีส่วนร่วมในลักษณะเป็นที่ทางการ (ร้อยละ)

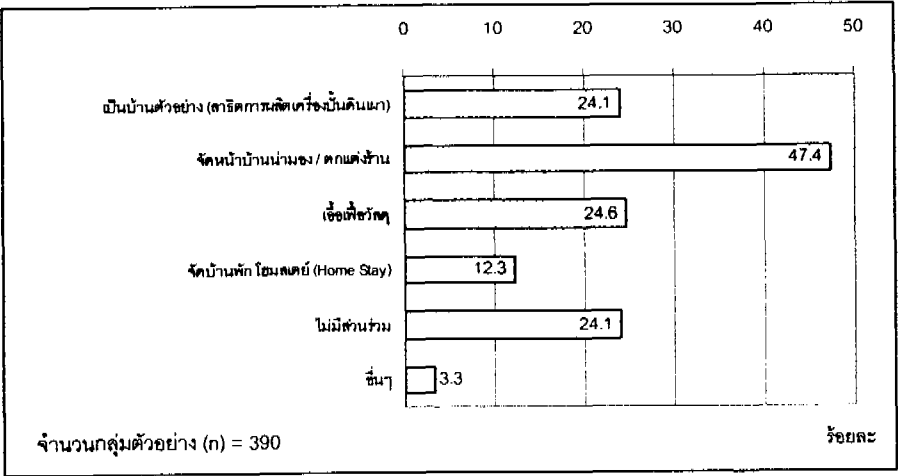
	ร้อยละ
ท่านเคยเข้าร่วมประชุม (ประชาคม) เพื่อรับฟังนโยบายหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ ในชุมชน	71.4
ท่านเคยแสดงความคิดเห็น เรียกร้อง หรือเสนอความคิดริเริ่ม ในที่ประชุม	53.9

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n) = 388

จากตารางที่ 5.2 ด้านการมีส่วนร่วมเป็นทางการพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมประชุม (ประชาคม) เพื่อรับฟังนโยบายหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ ในชุมชน (ร้อยละ 71.3) และกว่าครึ่งหนึ่งเคยแสดงความคิดเห็น เรียกร้อง หรือเสนอความคิดริเริ่มในที่ประชุม (ร้อยละ 53.9)

3) วิเคราะห์การมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาหมู่บ้านโฮทอป ต้นแบบ คือ การศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ (ดังภาพที่ 5.10)

ภาพที่ 5.10
การมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวโฮทอปต้นแบบ (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.10 ปรากฏว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในด้านการจัดหน้าบ้านนำมือง หรือตกแต่งร้านมากที่สุด (ร้อยละ 47.4) รองมา ได้แก่ การร่วมเอื้อเฟื้อวัสดุต่าง ๆ เพื่อจัดแสดงในบริเวณชุมชน และสาธิตการผลิตเครื่องปั้นดินเผา โดยมีเพียงร้อยละ 24.1 ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่ไม่มีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวโฮทอป

2. วิเคราะห์ทัศนคติ ด้านการดำรงชีวิตของคนในชุมชน

การศึกษานี้ คือ การวิเคราะห์ทัศนคติการดำรงชีวิตของคนในชุมชน เนื่องจากความน่าอยู่ของชุมชนแต่ละแห่งนั้นแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับทัศนคติการดำรงชีวิต ค่านิยม สิ่งที่อยู่อาศัยในชุมชนให้มีความสำคัญ ดังนั้น การทราบทัศนคติการดำรงชีวิตในชุมชน สามารถช่วยอธิบายความน่าอยู่ในความคิดของคนในชุมชนนั้น ๆ ได้พอสมควร โดยมีตัวแปรในการศึกษา (ดังตารางที่ 5.3) ดังนี้

ตารางที่ 5.3
ทัศนคติการดำรงชีวิต (ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน)

รายการ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n)	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็น				
			ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
			1.0	1.8	2.6	3.4	4.2
ชุมชนด้านเกวียนเป็นชุมชนที่น่าอยู่กว่า ชุมชนอื่นๆ	0.80	398	3.99				
เอกลักษณ์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชน ช่วย ให้ชุมชนน่าอยู่และน่าท่องเที่ยว	0.64	400	4.25				
ชุมชนต้องช่วยกันรักษาสถาปัตยกรรมนิยม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น	0.59	399	4.37				
ปัญหาการลักขโมยเป็นปัญหาที่เกิดขึ้น บ่อยๆในชุมชน	1.05	397	3.06				
ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นควรจำหน่ายที่แหล่ง ผลิตเท่านั้น	1.23	392	2.52				
สถานที่พักผ่อนหย่อนใจเป็นสิ่งที่สำคัญ มาก	0.68	387	4.21				

จากตารางที่ 5.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีระดับทัศนคติด้านการ
ดำเนินวิถีชีวิต และการเรียนรู้ในชุมชนอยู่ในเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ประชาชนในชุมชนเห็นด้วยอย่างยิ่งใน 4 ประเด็นตามลำดับ คือ การอบรม
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับผู้อื่นจะช่วยพัฒนาตนเอง ชุมชนต้องช่วยกันรักษาสถาปัตยกรรมนิยม
ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น เอกลักษณ์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชน ช่วยให้ชุมชนน่าอยู่และน่าท่องเที่ยว
และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจเป็นสิ่งที่สำคัญมาก โดยแต่ละประเด็นดังกล่าวมีค่าความคิดเห็นเฉลี่ย
ในระดับตั้งแต่ 4.20 ขึ้นไป
- 2) ประชาชนในชุมชนเห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ชุมชนด้านเกวียนเป็นชุมชนที่น่า
อยู่กว่าชุมชนอื่น ๆ (ค่าความคิดเห็นเฉลี่ย 3.99)
- 3) ผู้อยู่อาศัยในชุมชนไม่แน่ใจว่า การลักขโมยเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ ใน
ชุมชน (ค่าความคิดเห็นเฉลี่ย 3.06) และไม่แน่ใจว่า การมีทักษะที่ดีแล้วในการประกอบอาชีพไม่
จำเป็นต้องพัฒนาความรู้ ทักษะเพิ่มเติมอีก (ค่าความคิดเห็นเฉลี่ย 2.75)

4) ผู้อยู่อาศัยในชุมชนไม่เห็นด้วยที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นควรจำหน่ายที่แหล่งผลิตเท่านั้น (ค่าความคิดเห็นเฉลี่ย 2.52)

จะเห็นว่า ชุมชนมีค่านิยมเห็นด้วยอย่างยิ่งกับประเด็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีวิถีชีวิต ด้านความสำคัญของสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และด้านการมีเอกลักษณ์ของสิ่งแวดล้อมที่ช่วยให้ชุมชนน่าอยู่และน่าเที่ยว สำหรับประเด็นด้านตลาดผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน เพิ่มรายได้ เพิ่มงานภายในชุมชน และนำไปสู่ชุมชนน่าอยู่นั้น คนในท้องถิ่นไม่เห็นด้วยที่จะจำกัดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในแหล่งผลิตเท่านั้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวนำไปสู่ระบบตลาดภายนอกชุมชน ที่รายได้ และงานของชุมชนอาจมีกลุ่มคนกลางจากภายนอกที่เข้าแบ่งปันผลประโยชน์ ส่วนปัญหาหลักขโมยเป็นตัวแปรวัดที่ช่วยบ่งบอกถึงสภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยน่าอยู่ได้โดยสังเขปนั้น พบว่า ผู้อยู่อาศัยในชุมชนไม่แน่ใจว่าชุมชนตนเองมีปัญหาการลักขโมย

3. วิเคราะห์ทัศนคติระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

เป็นการศึกษาทัศนคติระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย ทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในชุมชนที่มีต่อนักท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลิกของผู้อยู่อาศัยในชุมชน โดยปัจจัยดังกล่าวช่วยให้ทราบถึงความพร้อมของคนในชุมชนในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และลักษณะเด่นของคนในชุมชนจากมุมมองของคนต่างถิ่น (ดังตารางที่ 5.4 และภาพที่ 5.11)

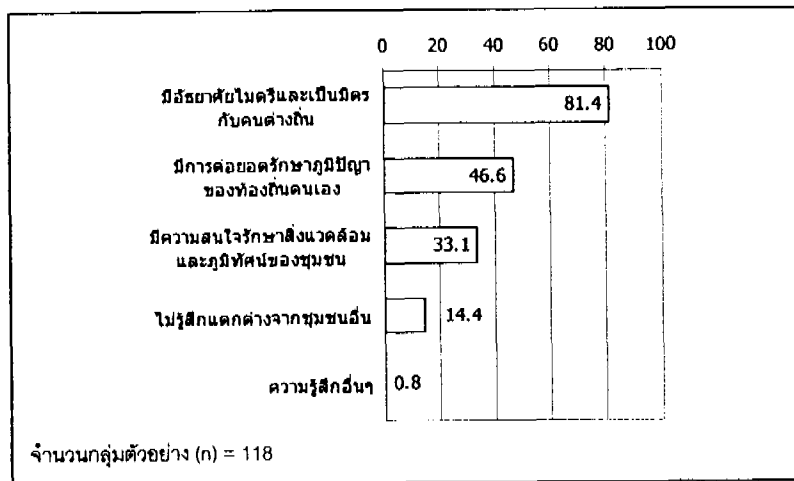
ตารางที่ 5.4

ทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในชุมชนที่มีต่อนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. การรบกวนการดำเนินชีวิตและความเป็นส่วนตัวจากกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาในชุมชน		
1) ไม่รบกวน	364	95.5
2) รบกวน	17	4.5
รวม	381	100
2. สิ่งที่เราควรจะทำมากที่สุด เมื่อมีนักท่องเที่ยว เข้ามาในบริเวณอาณาเขตของท่าน		
1) ต้อนรับและทักทาย	360	94.2
2) ไม่สนใจ	22	5.8
รวม	382	100

ภาพที่ 5.11

ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่อผู้อยู่อาศัยในชุมชน (ร้อยละ)



จากตารางที่ 5.4 พบว่า ทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในชุมชนที่มีต่อนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่คิดว่ากิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชนไม่รบกวนการดำเนินชีวิต และความเป็นส่วนตัว (ร้อยละ 95.5) และส่วนใหญ่คิดว่าจะต้อนรับ และทักทายเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในบริเวณอาณาเขตของตนเอง (ร้อยละ 94.2)

ส่วนทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อผู้อยู่อาศัยในชุมชนจากภาพที่ 5.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนมากคิดว่าผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับคนต่างถิ่น (ร้อยละ 81.4) มากที่สุด รองลงมา คือ มีการคอยอดรักษากฎระเบียบของท้องถิ่นตนเอง และมีความสนใจรักษาสีงามแวดล้อม และภูมิทัศน์ของชุมชน (ร้อยละ 46.6 และ 33.1 ตามลำดับ) มีเพียงส่วนน้อยที่คิดว่าประชาชนในพื้นที่มีบุคลิกไม่แตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ

จะเห็นว่า การมีกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัยในด้านความเป็นส่วนตัว ด้านการดำเนินชีวิต และกลุ่มตัวอย่างพร้อมที่จะให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ของตนเอง จากทัศนคติดังกล่าวแสดงว่า ชุมชนไม่ได้รับผลกระทบต่อการดำรงชีวิต อันเป็นผลกระทบหนึ่งที่เกิดจากการท่องเที่ยวในชุมชน ตามแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บทที่ 2 ในข้อที่ 2.4.3 ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อผู้อยู่อาศัยในชุมชนที่คิดว่า ผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับคนต่างถิ่น

5.1.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (P-product)

ผลิตภัณฑ์ (P-product) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ที่พร้อมเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ นำรายได้ สร้างงานในชุมชน และดึงดูดการท่องเที่ยวชมกระบวนการผลิต และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สำหรับการศึกษาแนวทางในการออกแบบ และจัดการเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบให้มีความยั่งยืน จำเป็นต้องพิจารณาเงื่อนไขความพร้อมของตัวผลิตภัณฑ์ในชุมชนก่อนว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีปัญหาย่างไร เพื่อจะได้กำหนดรูปแบบในการปรับปรุงฟื้นฟูหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ ให้สอดคล้องส่งเสริมกิจกรรมด้านการผลิต และการจัดการผลิตภัณฑ์ต่อไป

การพิจารณาความพร้อมของผลิตภัณฑ์ว่า มีศักยภาพเพียงพอในการพัฒนาชุมชนไปสู่ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ นำรายได้และท่องเที่ยวสู่ชุมชนนั้น ต้องศึกษาวิเคราะห์ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การวิเคราะห์ลักษณะการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ของชุมชน

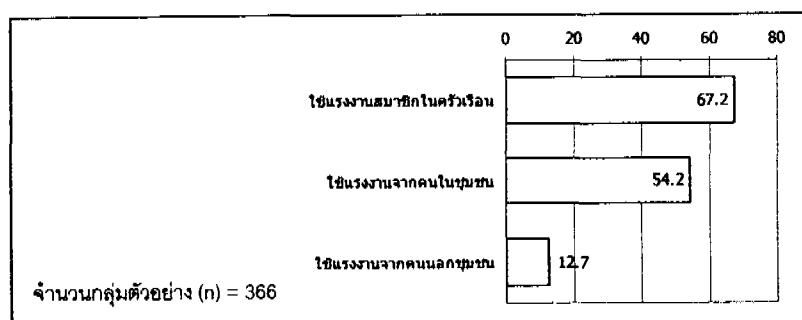
1. วิเคราะห์ลักษณะของการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ลักษณะของการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ตามปัจจัยในการศึกษาจำนวน 6 ด้าน คือ ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ด้านตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ด้านปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์ และด้านการรวมกลุ่มการผลิต ซึ่งมีรายละเอียดการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1) ด้านแรงงานและด้านตลาด ศึกษาโดยพิจารณาลักษณะการใช้แรงงานในการผลิต และศึกษาตลาด (กลุ่มลูกค้าที่สร้างรายได้) ของผู้ประกอบการโดยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เป็นผู้จำหน่ายกับกลุ่มที่เป็นผู้ผลิต และจำหน่าย (ดังภาพที่ 5.12 และ 5.13)

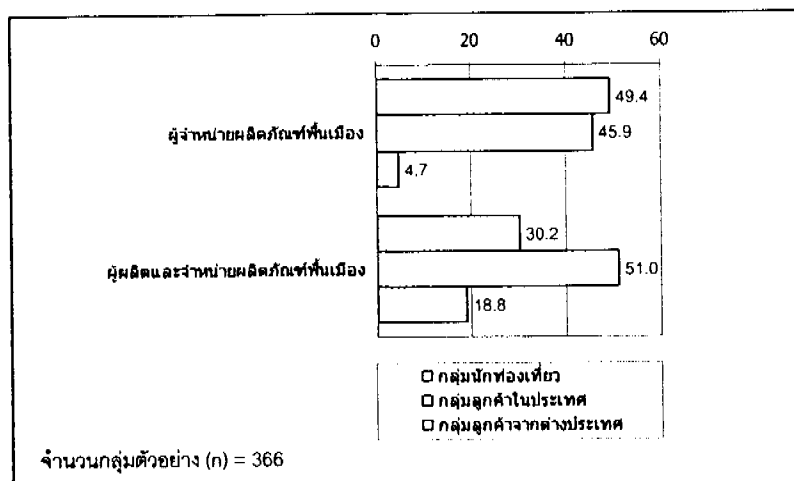
ภาพที่ 5.12

ลักษณะแรงงานในการผลิต (ร้อยละ)



ภาพที่ 5.13

ตลาดกลุ่มลูกค้าหลักที่สร้างรายได้ (ร้อยละ)

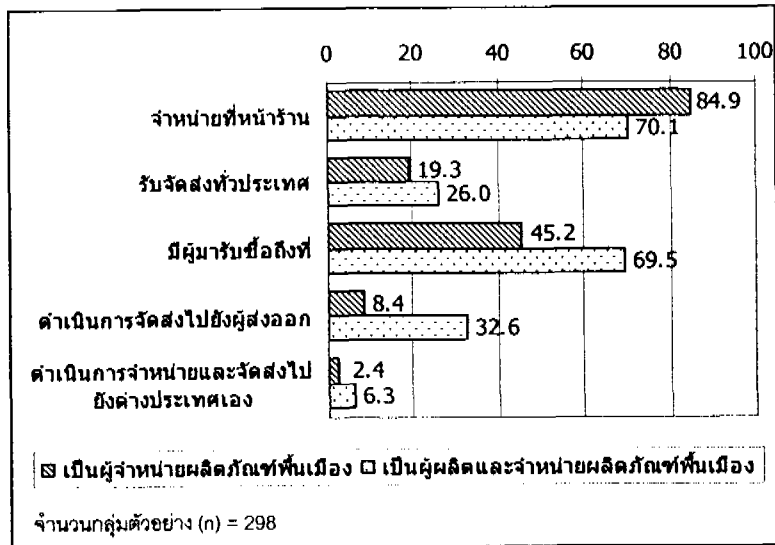


จากภาพที่ 5.12 และ 5.13 พบว่า ลักษณะแรงงานในการผลิตส่วนใหญ่ให้แรงงานสมาชิกในครัวเรือน (ร้อยละ 67.2) รองลงมา คือ แรงงานจากคนที่อาศัยอยู่ในชุมชน ส่วนแรงงานจากภายนอกชุมชนมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 12.7) ส่วนด้านตลาดกลุ่มลูกค้าที่สร้างรายได้หลักเมื่อพิจารณาโดยแยกเป็นกลุ่มผู้จำหน่าย เปรียบกับกลุ่มผู้ทั้งผลิตและจำหน่าย ปรากฏว่า กลุ่มผู้จำหน่ายมีรายได้ส่วนใหญ่จากลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 49.4) ขณะที่กลุ่มผู้ทั้งผลิต และจำหน่ายมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากลูกค้าผู้สั่งซื้อในประเทศ (ร้อยละ 51.0) และยังมีสัดส่วนรายได้จากลูกค้าผู้สั่งซื้อจากต่างประเทศที่สูงกว่ากลุ่มผู้จำหน่ายด้วย

จะเห็นว่า การจ้างงานส่วนใหญ่เกิดขึ้นภายในชุมชนเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในบทที่ 4 พบว่าคนในชุมชนมีอัตราการว่างงานต่ำ ส่วนกลุ่มตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา สรุปได้ว่าผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกันต้องพึ่งพารายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยว และลูกค้าภายในประเทศเป็นหลัก ส่วนผู้ที่ประกอบการผลิตและจำหน่ายมีสัดส่วนตลาดลูกค้าในประเทศและต่างประเทศที่สูงกว่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความสำคัญกับกลุ่มผู้จำหน่าย ซึ่งเป็นอาชีพของคนส่วนมากในชุมชน

2) ด้านการจัดจำหน่าย ศึกษาโดยการวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบความสามารถในการจัดจำหน่ายระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ กับกลุ่มผู้ที่ประกอบการผลิตและจำหน่าย (ดังภาพที่ 5.14)

ภาพที่ 5.14
การจัดจำหน่ายสินค้า (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.14 พบว่ากลุ่มที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หน้าร้านมากที่สุด แต่กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายมีผู้มารับซื้อถึงที่ (ขายส่ง) ใกล้เคียงกับการจำหน่ายที่หน้าร้าน และมีการดำเนินการจัดส่งไปยังผู้ส่งออก และการส่งออกไปยังต่างประเทศเอง สูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว

จะเห็นว่า กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายมีศักยภาพช่องทางการตลาดสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวในทุกด้าน ยกเว้นช่องทางการจัดจำหน่ายที่หน้าร้าน

3) ด้านวัตถุดิบ เป็นการศึกษาปัญหาของวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา (ดังตารางที่ 5.5)

ตารางที่ 5.5
วัตถุดิบในการผลิต (ร้อยละ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. ปัญหาวัตถุดิบ		
1) ขาดแคลนดินที่มีคุณภาพ	61	20.3
2) ขาดแคลนเชื้อเพลิงในการเผา	116	38.7
3) ไม่มีปัญหา	114	38.0
4) อื่นๆ	9	3.0
รวม	300	100

ตารางที่ 5.5 (ต่อ)

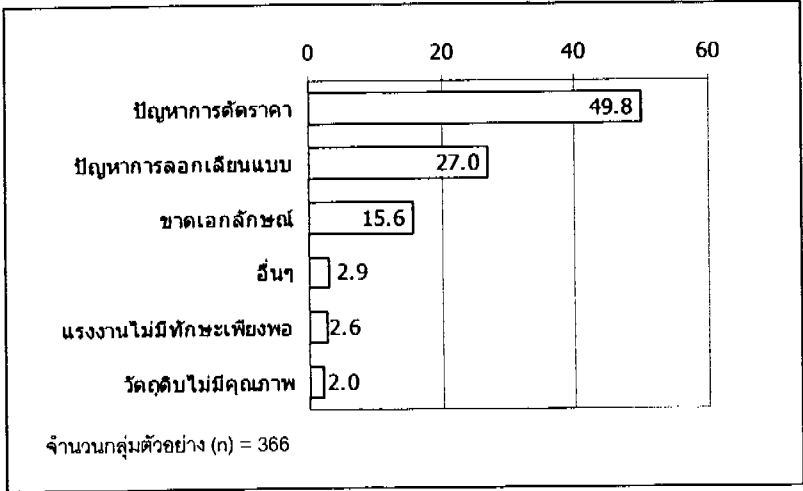
รายการ	ความถี่	ร้อยละ
2. ท่านนำไม้พิน สำหรับทำเชื้อเพลิงในการเผามาจากที่ใด		
1) ซื้อจากผู้อื่นที่อยู่นอกชุมชน	273	91.0
2) ปลุกไม้ยืนต้นโตเร็วเพื่อไว้ตัดเป็นพิน	9	3.0
3) จากไม้ที่มีตามธรรมชาติทั่วไป	18	6.0
รวม	300	100

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาระบุว่า ปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา คือ การขาดแคลนเชื้อเพลิงในการเผา ในขณะที่อีก ส่วนหนึ่งระบุว่าไม่มีปัญหาด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 38.7 และ 38.0 ตามลำดับ) โดยมีจำนวนความ คิดเห็นที่ใกล้เคียงกัน สำหรับวัตถุดิบพินที่ใช้เป็นเชื้อเพลิง ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 91.0 ต้องซื้อไม้พิน จากผู้อื่นที่อยู่นอกชุมชน

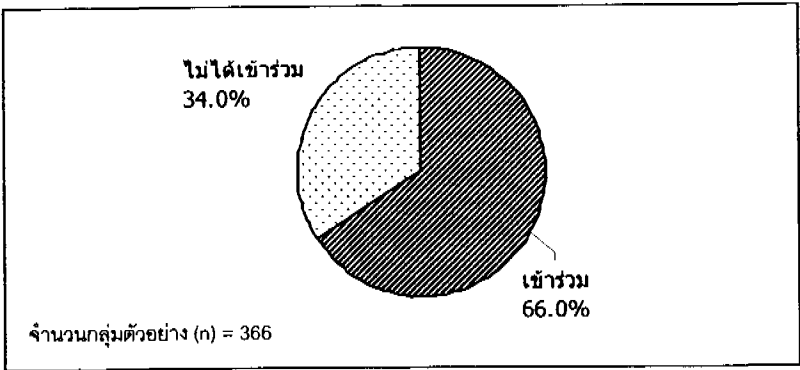
จะเห็นว่า การขาดแคลนเชื้อเพลิง เป็นปัญหาสำคัญมากกว่าการขาดแคลนดิน ซึ่ง สอดคล้องกับการสำรวจเบื้องต้นที่พบว่า ส่วนใหญ่ต้องซื้อพินจากภายนอกชุมชนซึ่งมีราคาแพง ส่วนดินที่เป็นวัตถุดิบที่ยังมีในชุมชน แต่พินเป็นวัตถุดิบที่หาได้ยากในชุมชน โดยมีผู้ผลิตเพียงส่วน น้อยที่สามารถผลิตหรือหาพินใช้เองได้

4) ด้านปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์ และด้านการรวมกลุ่มการผลิต (ดังภาพที่ 5.15 และ 5.16)

ภาพที่ 5.15
ปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ)



ภาพที่ 5.16
การร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มอาชีพพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.15-5.16 พบว่า ผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่ให้ความเห็นเกี่ยวกับปัญหาของผลิตภัณฑ์ คือ ปัญหาเรื่องการตัดราคา (ร้อยละ 49.8) ส่วนปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ปัญหาการลอกเลียนแบบผลงาน และปัญหาผลิตภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์มีรูปแบบคล้ายคลึงกับผู้ผลิตรายอื่น ๆ เป็นต้น ส่วนด้านการรวมกลุ่มการผลิต ผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.0) ระบุว่าตนได้เข้าร่วมสมาชิกกลุ่มอาชีพสหกรณ์ หรือชมรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

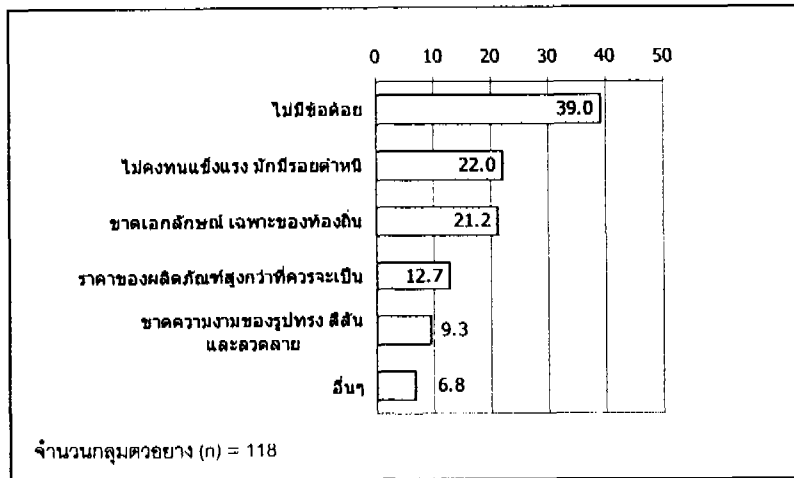
จะเห็นว่า ปัญหาหลักที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ คือมีการตัดราคากัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลในบทที่ 4 ที่ระบุว่าปัญหาการตัดราคา เกิดจากการผลิตซ้ำคราวละมาก ๆ ผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกัน และต้องการระบายสินค้าจึงเกิดการตัดราคา และแม้ข้อมูลจะแสดงว่า ผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่จะรวมกลุ่มกัน แต่การรวมกลุ่มดังกล่าวขาดความเคลื่อนไหว และการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง

2. วิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ของชุมชน

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยช่วยให้ทราบถึงปัญหาของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากมุมมองของนักท่องเที่ยวผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (ดังภาพที่ 5.17)

ภาพที่ 5.17

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ของชุมชน (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.17 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากคิดว่าผลิตภัณฑ์ของชุมชนด้านเกวียนไม่มีข้อด้อย (ร้อยละ 39.2) แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัญหาที่นักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรปรับปรุง ได้แก่ ปัญหาความไม่คงทนแข็งแรงมักมีรอยตำหนิ (ร้อยละ 22.0) และปัญหาการขาดเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น (ร้อยละ 21.2) เป็นต้น

จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวคิดว่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียนไม่มีข้อด้อย แต่ปัญหาที่พบบ้าง คือ ผลิตภัณฑ์ไม่แข็งแรง มีตำหนิ และขาดเอกลักษณ์ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในบทที่ 4 ที่พบว่า ในกระบวนการผลิตมีปัญหาด้านดินที่มีคุณภาพลดลง และมีการผลิตครวละมาก ๆ ทำให้ความสร้างสรรค์ของชิ้นงานลดลง

5.1.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านสถานที่ (P-place)

สถานที่ (P-place) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนามูบ้านโอท็อป ดันแบบ โดยความพร้อมของสถานที่เป็นปัจจัยหลักที่ช่วยให้เกิดชุมชนน่าอยู่ เพิ่มคุณภาพชีวิตให้คนในชุมชน สามารถดึงดูดและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และนำไปสู่สภาพแวดล้อมที่ดีที่เอื้อในการพัฒนาคน พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้มแข็ง ซึ่งเห็นได้ว่าองค์ประกอบหลัก (3P) ล้วนเสริมกันและกัน ดังนั้น การศึกษาแนวทางในการออกแบบ และจัดการเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูบ้านโอท็อป ดันแบบ ให้มีความยั่งยืนจำเป็นต้องพิจารณาเงื่อนไขความพร้อมของสถานที่ ว่ามีความพร้อมใน

การร่วมสร้างความเข้มแข็ง ความน่าอยู่ และการท่องเที่ยวของชุมชนตนเองเพียงใด เพื่อจะได้กำหนดรูปแบบในการปรับปรุงฟื้นฟูหมู่บ้านโฮท็อป ต้นแบบ ให้สอดคล้องสภาพแวดล้อมในชุมชน

การพิจารณาความพร้อมของสถานที่ว่า มีศักยภาพเพียงใดในการพัฒนาชุมชนไปสู่ความเข้มแข็ง ความน่าอยู่ และการท่องเที่ยว นั้น ประกอบด้วยการวิเคราะห์ทัศนคติ และพฤติกรรมตามขอบเขตการเสนอแนวทางการปรับปรุงฟื้นฟู 3 ด้าน คือ การวิเคราะห์เพื่อจัดประโยชน์พื้นที่ใช้สอย และกิจกรรมในชุมชน การวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในชุมชน และการวิเคราะห์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน

1. การวิเคราะห์เพื่อจัดประโยชน์พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมในชุมชน

ประกอบด้วยตัวแปรในการศึกษาหลายด้าน โดยมีขอบเขตที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม และสถานที่ประกอบกิจกรรมในชุมชน ซึ่งมีรายละเอียดการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1) ด้านการประกอบกิจกรรม และพื้นที่ใช้สอยของผู้อยู่อาศัยในชุมชน ประกอบด้วยตัวแปรในการศึกษา (ดังตารางที่ 5.6 และ 5.7) ดังนี้

ตารางที่ 5.6

บริเวณที่ผู้อยู่อาศัยในชุมชนประกอบกิจกรรมยามว่าง (ร้อยละ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. บริเวณที่ประชาชนชอบทำกิจกรรมหากมีเวลาในยามว่าง		
1) ภายในบริเวณบ้าน	218	55.9
2) ภายในชุมชน	125	32.1
3) เดินทางเข้าเมือง (จังหวัด)	47	12.1
4) อื่น ๆ	-	-
รวม	390	100

ตารางที่ 5.7

พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมของผู้อยู่อาศัยชุมชน (ร้อยละ)

	ความถี่	ร้อยละ
1. ท่านนิยมทำกิจกรรมนอกบ้านในพื้นที่บริเวณใด		
1) บริเวณถนน ซอยที่อยู่หน้าบ้าน	153	39.0
2) บริเวณสวนสาธารณะ	92	23.5
3) บริเวณย่านตลาด ร้านค้า	67	17.1
4) บริเวณโรงเรียน	37	9.4
5) บริเวณวัด	26	6.6
6) อื่น ๆ	17	4.3
รวม	392	100
2. กิจกรรมที่ชอบออกไปทำนอกบ้านมากที่สุด		
1) พบปะพูดคุยกับเพื่อน ๆ ในชุมชน	166	42.0
2) ออกกำลังกาย เล่นกีฬา	81	20.5
3) นั่งเล่น ผ่อนคลาย	70	17.7
4) จำยตลาด รับประทานอาหาร	42	10.6
5) เดินหรือขี่รถ เล่นรอบ ๆ ชุมชน	30	7.6
6) อื่น ๆ	6	1.5
รวม	395	100

จากตารางที่ 5.6 และ 5.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชนส่วนใหญ่ชอบทำกิจกรรมยามว่างภายในบริเวณบ้านของตนเอง มากกว่าบริเวณพื้นที่ภายในชุมชน อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามพื้นที่นอกบ้านที่กลุ่มตัวอย่างนิยมทำกิจกรรมปรากฏว่าส่วนใหญ่นิยมทำกิจกรรมบริเวณถนน หรือซอยที่อยู่หน้าบ้าน (ร้อยละ 39.0) และเมื่อสอบถามลักษณะของกิจกรรมที่ชอบออกไปทำนอกบ้านปรากฏว่าส่วนใหญ่ชอบออกไปพบปะพูดคุยกับเพื่อน ๆ ในชุมชนมากที่สุด (ร้อยละ 42.0)

จะเห็นว่า มีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนชอบทำกิจกรรมยามว่างภายในชุมชน โดยพื้นที่ที่นิยมทำกิจกรรมนอกบ้านมากที่สุด คือ บริเวณถนน หรือซอยที่อยู่หน้าบ้านตนเอง มากกว่าทำกิจกรรมที่สวนสาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านโครงข่ายทางสัญจรในชุมชน ในบทที่ 2 ข้อที่

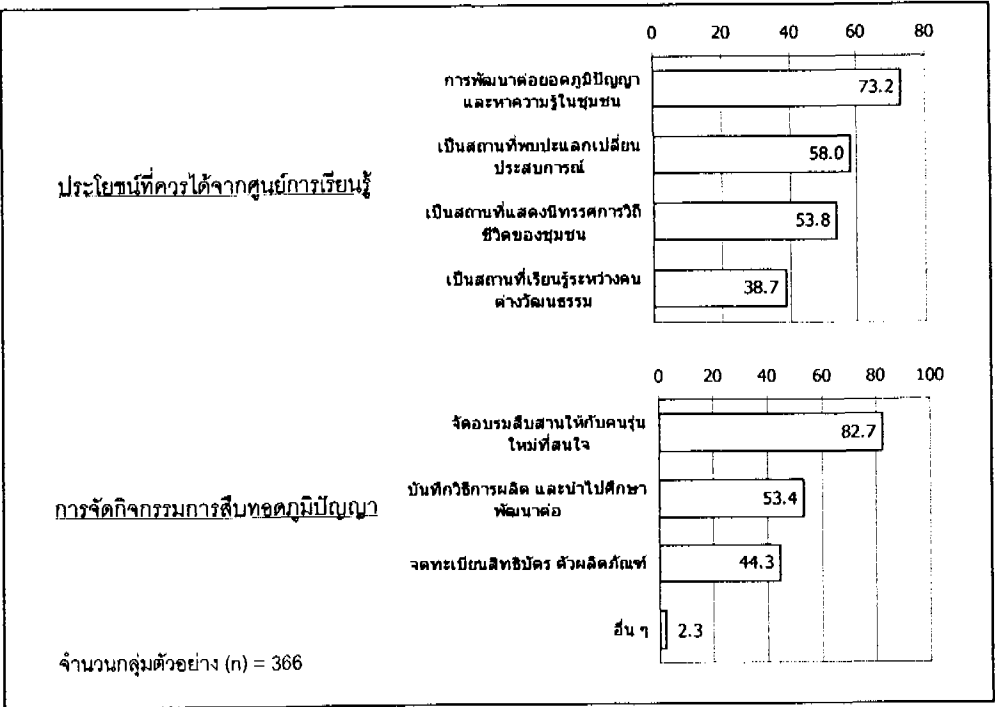
2.5.3 เรื่องแนวคิดเพื่อการเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในชุมชน ที่ระบุว่าทางสัญจรไม่ควรเป็นแค่ทางผ่าน แต่ควรเป็นที่สาธารณะที่เป็นประโยชน์ และเป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมในชุมชนได้

2) ด้านการใช้ศูนย์การเรียนรู้ลานกิจกรรม และประโยชน์ที่ควรได้จากศูนย์การเรียนรู้ และการจัดกิจกรรมการสืบทอดภูมิปัญญา (ดังตารางที่ 5.8 และภาพที่ 5.18)

ตารางที่ 5.8
การใช้ศูนย์การเรียนรู้และลานกิจกรรม (ร้อยละ)

รายการ	ร้อยละ
1. ผู้อยู่อาศัยในชุมชน (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง = 396)	100.00
1) ท่านเคยเคยใช้ศูนย์การเรียนรู้	46.72
2) ท่านเคยไปทำกิจกรรมที่บริเวณลานกิจกรรม	46.46
2. นักท่องเที่ยว (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง = 120)	100.00
1) ท่านเคยเคยใช้ศูนย์การเรียนรู้	26.7
2) ท่านเคยไปทำกิจกรรมที่บริเวณลานกิจกรรม	25.8

ภาพที่ 5.18
ประโยชน์ที่ควรได้จากศูนย์การเรียนรู้ และการจัดกิจกรรมการสืบทอดภูมิปัญญา (ร้อยละ)



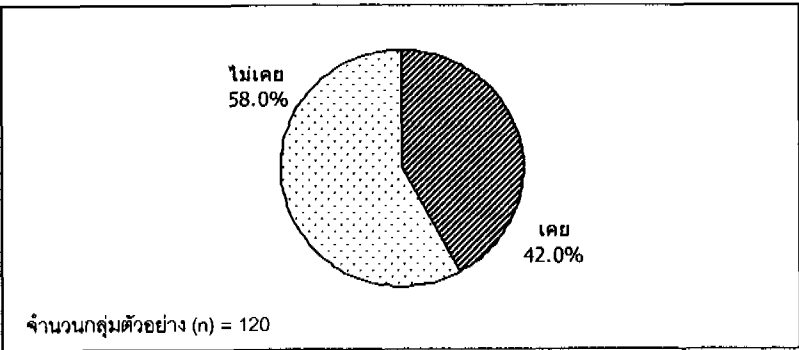
จากตารางที่ 5.8 พบว่า มีผู้อยู่อาศัยในชุมชนร้อยละ 46.7 ที่เคยไปใช้ศูนย์การเรียนรู้ และอีกร้อยละ 46.4 ที่เคยไปทำกิจกรรมบริเวณลานกิจกรรม ส่วนนักท่องเที่ยวมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์พื้นที่ทั้งสองแห่ง น้อยกว่าคนในชุมชน โดยเคยใช้ประโยชน์จากศูนย์การเรียนรู้ และเคยไปทำกิจกรรมที่ลานกิจกรรมเพียงร้อยละ 26.7 และ 25.8 ตามลำดับ

จากภาพที่ 5.18 พบว่า ทศนคติของผู้อยู่อาศัยในชุมชนส่วนใหญ่คิดว่า ศูนย์การเรียนรู้ ควรใช้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญา และหาความรู้ในชุมชน (ร้อยละ 73.2) รองลงมา คือ เป็นสถานที่พบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเป็นสถานที่แสดงนิทรรศการวิถีชีวิตของชุมชน (ร้อยละ 58.0 และ 53.8 ตามลำดับ) และมีเพียงร้อยละ 38.7 ที่คิดว่าควรเป็นสถานที่เรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม ส่วนด้านการรักษาภูมิปัญญาในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชน ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่คิดว่าการรักษาภูมิปัญญาในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชน ควรจัดอบรมสืบสานให้กับคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจ (ร้อยละ 82.7)

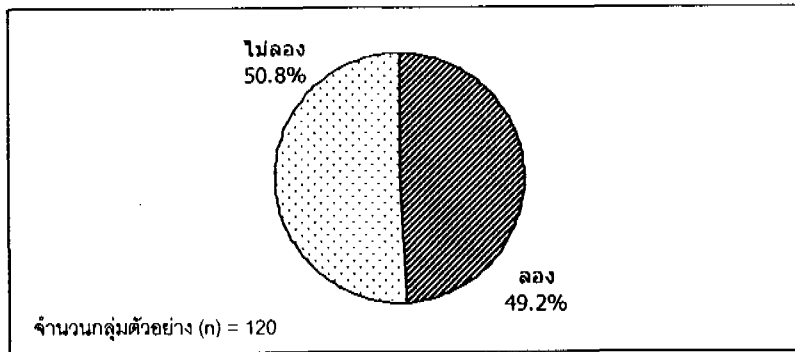
จะเห็นว่า ผู้อยู่อาศัยในชุมชนและนักท่องเที่ยวมีเพียงส่วนน้อยที่เคยไปใช้ประโยชน์จากศูนย์การเรียนรู้ และทำกิจกรรมที่ลานกิจกรรม โดยผู้อยู่อาศัยในชุมชนต้องการให้ศูนย์การเรียนรู้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญา และเป็นแหล่งหาความรู้ในชุมชน จากการสำรวจในปัจจุบันพบว่า ศูนย์การเรียนรู้ยังมิได้เปิดโอกาสให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนได้ใช้ประโยชน์ส่วนด้านการรักษาภูมิปัญญา กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชนให้ความสำคัญด้านการจัดอบรมสืบสานภูมิปัญญาให้กับคนรุ่นใหม่มากที่สุด

3) กิจกรรมเยี่ยมชมวิธีการผลิต และกิจกรรมทดลองทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นการศึกษาวิเคราะห์ว่านักท่องเที่ยว เคยเยี่ยมชมวิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผา และมีความสนใจร่วมกิจกรรมทดลองทำเครื่องปั้นดินเผามากน้อยเพียงใด (ดังภาพที่ 5.19 และ 5.20)

ภาพที่ 5.19
กิจกรรมเยี่ยมชมวิธีการผลิต (ร้อยละ)



ภาพที่ 5.20
ความสนใจกิจกรรมทดลองทำเครื่องปั้นดินเผา (ร้อยละ)

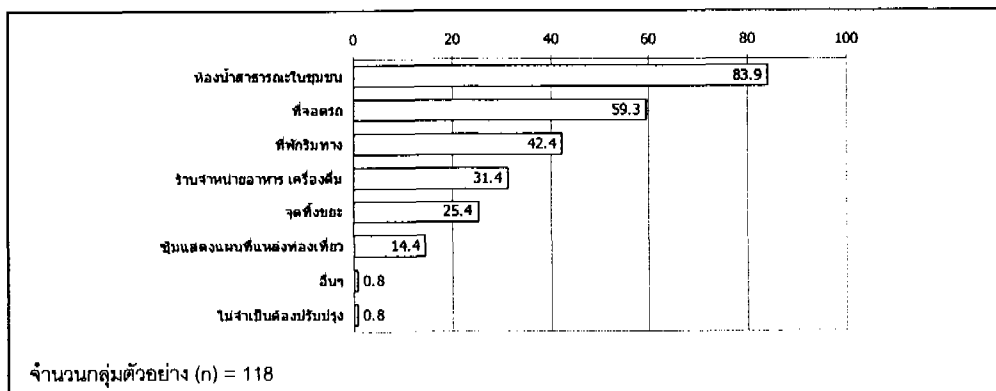


จากภาพที่ 5.22 และ 5.23 พบว่า ร้อยละ 42 ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเคยเยี่ยมชมวิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผา โดยมีร้อยละ 49.2 ที่ตอบว่า หากได้ชมวิธีการผลิต และทดลองทำเครื่องปั้นดินเผาด้วยตัวเอง จะลองร่วมทำกิจกรรมดังกล่าว แม้มีค่าใช้จ่าย

จะเห็นว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง เคยชมวิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งสอดคล้องจากการสำรวจ พบว่า ร้านค้าบริเวณริมทางหลวงหลายร้านมีพื้นที่หลังร้านเป็นโรงงาน และเปิดให้ชมวิธีการผลิตอยู่ด้วย ส่วนการจัดกิจกรรมหลักสูตรการลองทำเครื่องปั้นดินเผามีนักท่องเที่ยวประมาณครึ่งหนึ่งให้ความสนใจที่จะสัมผัสการผลิตด้วยตนเอง

4) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว คือ การสำรวจว่าสิ่งอำนวยความสะดวกใดบ้าง ที่นักท่องเที่ยวคิดว่ายังไม่พร้อม หรือควรปรับปรุงซึ่ง (ดังภาพที่ 5.21)

ภาพที่ 5.21
สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.21 พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้มาเยือนชุมชนที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวระบุว่ายังไม่พร้อม หรือควรปรับปรุงส่วนมากที่สุด คือ ห้องน้ำสาธารณะในชุมชน (ร้อยละ 83.9) ลำดับรอง ๆ ลงมา ได้แก่ สถานที่จอดรถ ที่พักริมทาง เป็นต้น

สอดคล้องกับการสำรวจของผู้วิจัยที่พบว่า ชุมชนมีห้องน้ำสาธารณะจำนวน 2 แห่ง แต่ทั้งหมดอยู่ในบริเวณหมู่ 7 ส่วนบริเวณหมู่ 3 ซึ่งเป็นบริเวณริมทางหลวงที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำกิจกรรมในบริเวณดังกล่าว ยังไม่พบห้องน้ำสาธารณะให้บริการ ส่วนปัญหาที่จอดรถพบว่า ในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ที่จอดรถไม่เพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลข้อมูลดังกล่าว

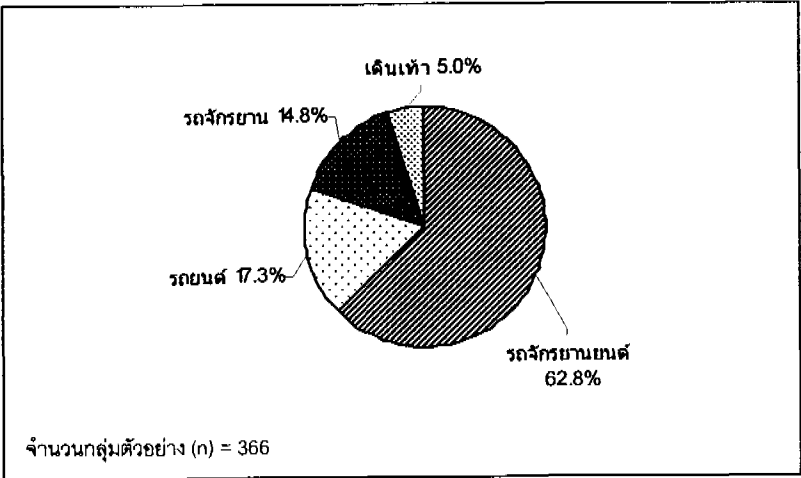
2. การวิเคราะห์เพื่อการเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในชุมชน

การวิเคราะห์เพื่อการเชื่อมโยงกิจกรรม และทรัพยากรในชุมชนมีตัวแปรในการศึกษาหลายด้าน โดยมีขอบเขตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเดินทางสัญจร และย่านกิจกรรมซึ่งมีรายละเอียดการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1) ย่านพาหนะในการเดินทางของผู้อยู่อาศัยในชุมชน ประกอบด้วยการศึกษาประเภทยานพาหนะส่วนตัวที่ใช้เดินทางไปทำธุระในชุมชน และพฤติกรรมการเดินเท้าของผู้อยู่อาศัยในชุมชน โดยวิเคราะห์จากระยะเวลาที่ใช้ในการเดิน (ดังภาพที่ 5.22 และ 5.23)

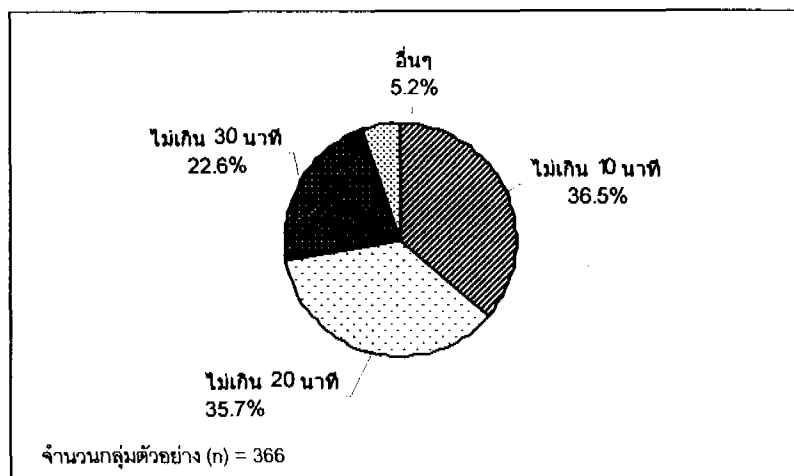
ภาพที่ 5.22

ประเภทยานพาหนะส่วนตัวที่ใช้เดินทางไปทำธุระในชุมชน (ร้อยละ)



ภาพที่ 5.23

พฤติกรรมการเดินทางของผู้อยู่อาศัยในชุมชน (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.22-5.23 พบว่า ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่นิยมใช้ รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะส่วนตัวในการเดินทาง (ร้อยละ 62.8) โดยมีผู้ที่นิยมการใช้จักรยาน และเดินเท้าเพียงร้อยละ 14.8 และ 5.0 ตามลำดับ ถ้าเป็นการเดินเท้าส่วนใหญ่ผู้ที่เดินจะยอมเสียเวลาไม่เกิน 10 ถึง 20 นาทีในการเดินทางไปยังจุดหมาย

จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างผู้พักอาศัยในชุมชนไม่นิยมใช้รถจักรยานและการเดินเท้า โดยหากเป็นการเดินเท้าจะยอมเสียเวลา 10-20 นาทีในการเดินทางไปยังจุดหมาย ซึ่งจากแนวคิดในข้อ 2.3.5 สรุปว่า การเดินเท้า 1 ชั่วโมงจะได้ระยะทาง 4 กิโลเมตร ดังนั้น จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างหากเดินเท้าจะมีระยะทางอยู่ในช่วง 0.67-1.3 กิโลเมตร

2) ยานพาหนะและผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยการศึกษาประเภทยานพาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวในชุมชน และลักษณะของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 5.9)

ตารางที่ 5.9

ยานพาหนะในการเดินทาง และผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ร้อยละ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. พาหนะในการเดินทางของนักท่องเที่ยว		
1) รถยนต์	101	84.2
2) รถโดยสารประจำทาง	8	6.7
3) รถจ้างเหมา	7	5.8
4) อื่นๆ	4	3.3
รวม	120	100
2. ผู้ร่วมเดินทาง		
1) มากับครอบครัว	54	45.0
2) มาโดยลำพัง	34	28.3
3) มากับกลุ่มเพื่อน	29	24.2
4) มากับคณะทัศนอาจร	3	2.5
รวม	120	100

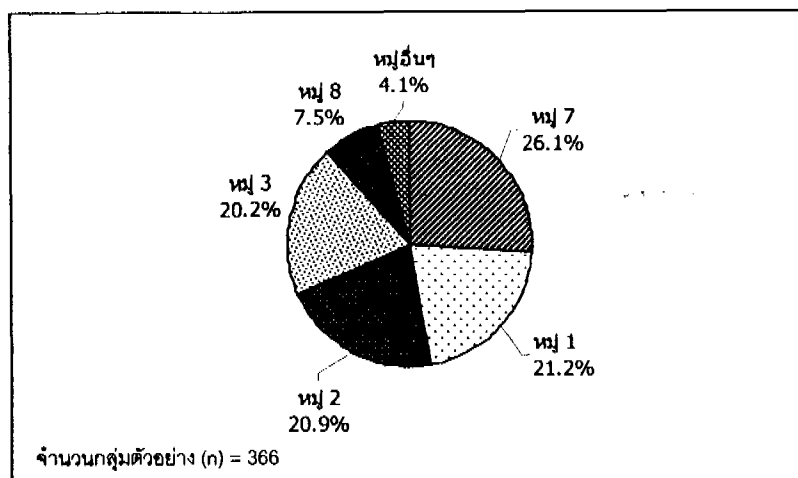
จากตารางที่ 5.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเดินทางมาที่ชุมชนโดยใช้รถยนต์มากที่สุด (ร้อยละ 84.2) มีเพียงจำนวนน้อยที่เดินทางมาชุมชนโดยยานพาหนะประเภทอื่น สำหรับลักษณะผู้ร่วมเดินทางพบว่า เป็นการเดินทางร่วมกับครอบครัวมากที่สุด (ร้อยละ 45.0) รองลงมา คือ การเดินทางโดยลำพัง และเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนตามลำดับ ส่วนการเดินทางมากับคณะทัศนอาจรมีเพียงส่วนน้อย

จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม (มากับครอบครัว มากับกลุ่มเพื่อน มากับคณะทัศนอาจร) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาโดยลำพัง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ซึ่งสภาพดังกล่าวตามแนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มต้องการความสะดวกสบาย และการจัดการที่ดีมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาโดยลำพัง

3) ย่านและการเดินทางสัญจรของผู้อยู่อาศัยในชุมชน เป็นการวิเคราะห์พื้นที่ที่มีการเดินทางประกอบกิจกรรมหนาแน่นในชุมชน (ดังภาพที่ 5.24)

ภาพที่ 5.24

ย่านและการเดินทางสัญจรของผู้อยู่อาศัยในชุมชน (ร้อยละ)



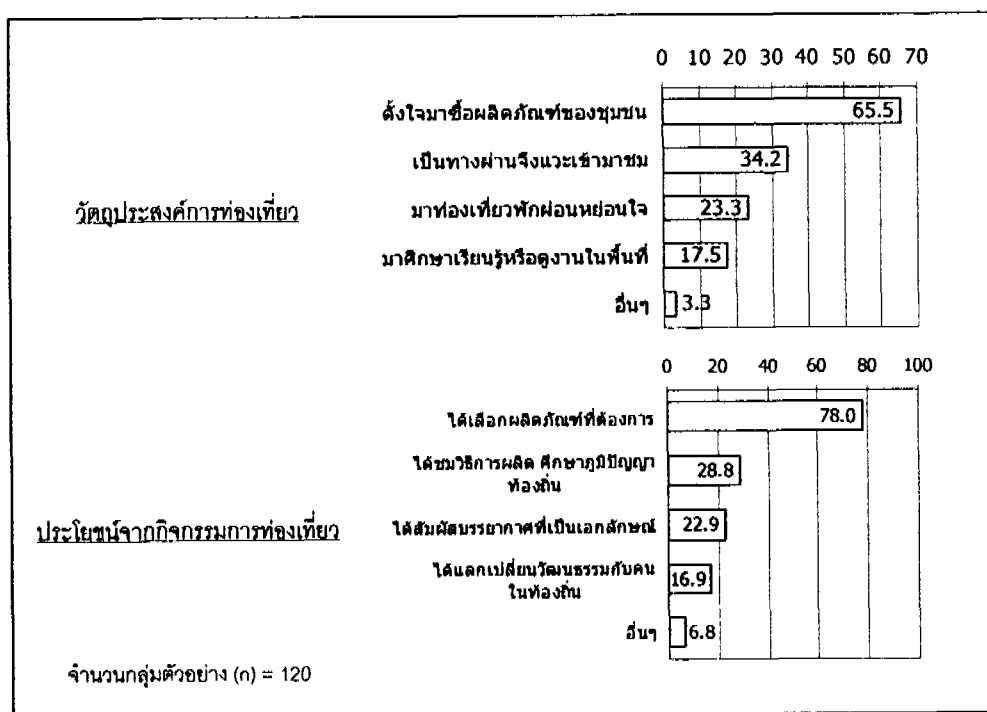
จากภาพที่ 5.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีการเดินทางทำธุระภายในพื้นที่หมู่บ้าน โอทอป ต้นแบบ (หมู่ที่ 1 2 3 7 และ 8) มีลักษณะกระจายตัว คือ การไปทำธุระในพื้นที่ต่าง ๆ มีปริมาณใกล้เคียงกัน โดยพื้นที่หมู่ 7 กลุ่มตัวอย่างเดินทางไปทำธุระบ่อยที่สุด รองลงมา คือ พื้นที่บริเวณอื่น ๆ ส่วนการเดินทางไปยังพื้นที่โดยรอบที่อยู่นอกหมู่บ้านโอทอป ต้นแบบ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 5.2)

จะเห็นว่า พื้นที่ที่เป็นย่านที่รวมกิจกรรมของชุมชนไม่ปรากฏชัดเจน โดยจุดที่เป็นแหล่งรวมกิจกรรม หรือประกอบธุระต่าง ๆ มีปริมาณใกล้เคียงกัน 4 แหล่ง คือ บริเวณหมู่ 7 หมู่ 1 หมู่ 2 และหมู่ 3 ตามลำดับ โดยเทียบกับการสำรวจพบว่า บริเวณหมู่ 7 จะเป็นแหล่งที่ตั้งของสถานที่ราชการ และที่ตั้งของแหล่งเตาเผาจำนวนมากกว่าแหล่งอื่น ๆ ส่วนหมู่ที่ 1 เป็นบริเวณตลาดสดของชุมชน หมู่ 2 เป็นบริเวณพาณิชยกรรม และปากทางเข้าพื้นที่ชุมชนจากริมทางหลวง และหมู่ 3 เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ริมทางหลวง จึงสรุปได้ว่า แต่ละพื้นที่มีความสำคัญตามประเภทของกิจกรรม

4) วัตถุประสงค์และประโยชน์จากการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นการศึกษาสาเหตุที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาชุมชน และความคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับ (ดังภาพที่ 5.25)

ภาพที่ 5.25

วัตถุประสงค์และประโยชน์จากกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน (ร้อยละ)



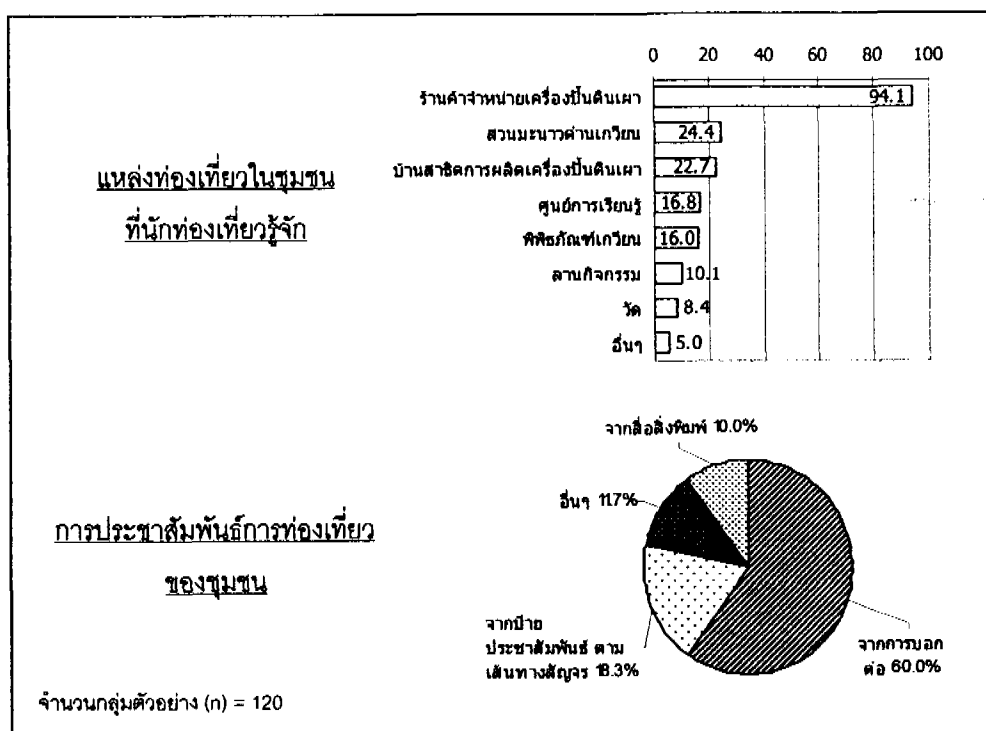
จากภาพที่ 5.25 พบว่า วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเดินทางมาที่ชุมชนด้านเกวียน คือ ตั้งใจมาซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชน (ร้อยละ 65.5) รองลงมา ได้แก่ เป็นทางผ่านจึงแวะเข้ามาชม (ร้อยละ 34.2) มาเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 23.3) มาศึกษาเรียนรู้ หรือดูงานในพื้นที่ (ร้อยละ 17.5) และอื่น ๆ (ร้อยละ 3.8) สำหรับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างมุ่งหวังประโยชน์จากการได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่ต้องการมากที่สุด (ร้อยละ 78.0) ซึ่งแตกต่างจากประโยชน์ที่มุ่งหวังด้านอื่น ๆ ซึ่งมีเพียงเล็กน้อย

จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชน แต่บางส่วนไม่มีวัตถุประสงค์เป็นจุดหมายปลายทางโดยเป็นเพียงทางผ่านจึงแวะชม ซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวังของการมาเยือนชุมชนด้านเกวียน คือ การได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่ต้องการมากกว่าการมาศึกษาภูมิปัญญา หรือชมวิธีการผลิต หรือสัมผัสบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์

5) แหล่งท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นการศึกษาวิเคราะห์ว่านักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนมากน้อยเพียงใด และรู้จักอย่างไร (ดังภาพที่ 5.26)

ภาพที่ 5.26

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จัก และการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ)

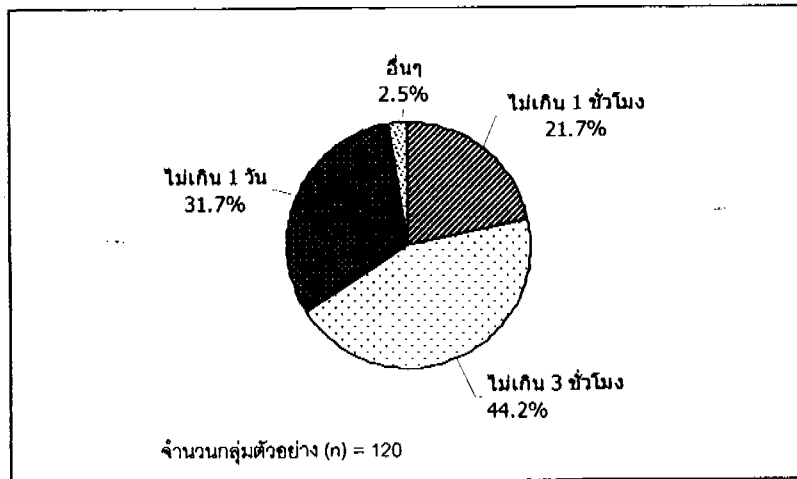


จากภาพที่ 5.26 พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดรู้จัก คือ ร้านค้าจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา (ร้อยละ 94.1) แต่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีเพียงส่วนน้อยที่รู้จัก โดยสิ่งที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนด้านเกวียนส่วนมากเกิดจากการบอกต่อ (ร้อยละ 60.0) รองลงมา คือ ป้ายประชาสัมพันธ์ตามเส้นทางสัญจร (ร้อยละ 18.3)

จะเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่สุดของชุมชน คือ แหล่งร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยชุมชนด้านเกวียนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักจากการประชาสัมพันธ์แบบการบอกต่อมากกว่าการรู้จักผ่านทางสื่ออื่น ๆ

6) การใช้เวลาท่องเที่ยวในชุมชน เป็นการวิเคราะห์ว่านักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในชุมชนด้านเกวียน มากน้อยเพียงใด (ดังภาพที่ 5.27)

ภาพที่ 5.27
การใช้เวลาท่องเที่ยวในชุมชน (ร้อยละ)

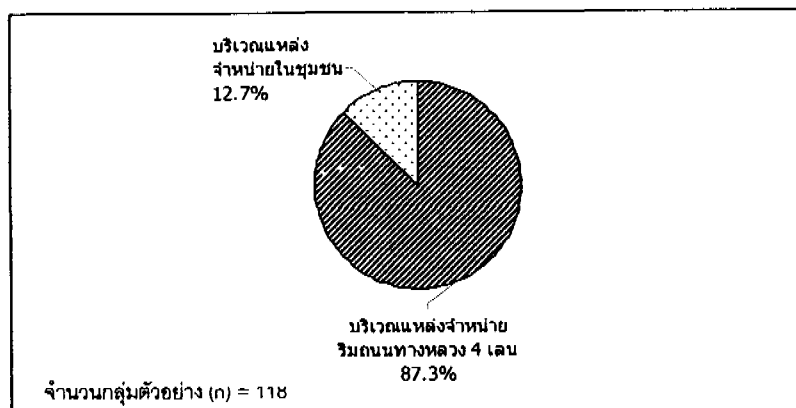


จากภาพที่ 5.27 พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาเยี่ยมชมชุมชนด้านကျေးမံကျေးမံ 3 ชั่วโมง (ร้อยละ 44.2)

จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวใช้เวลาไม่มากในการท่องเที่ยวภายในชุมชน (รวมร้อยละ 65.9 ใช้เวลาต่ำกว่า 3 ชั่วโมง) ซึ่งแสดงว่าชุมชนยังขาดกิจกรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยว นานกว่านี้

7) ยานและการเดินทางสัญจรของนักท่องเที่ยว ศึกษาตามลักษณะแหล่งเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์เครื่องบินดินเผาที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไป (ดังภาพที่ 5.28)

ภาพที่ 5.28
แหล่งเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวนิยม (ร้อยละ)



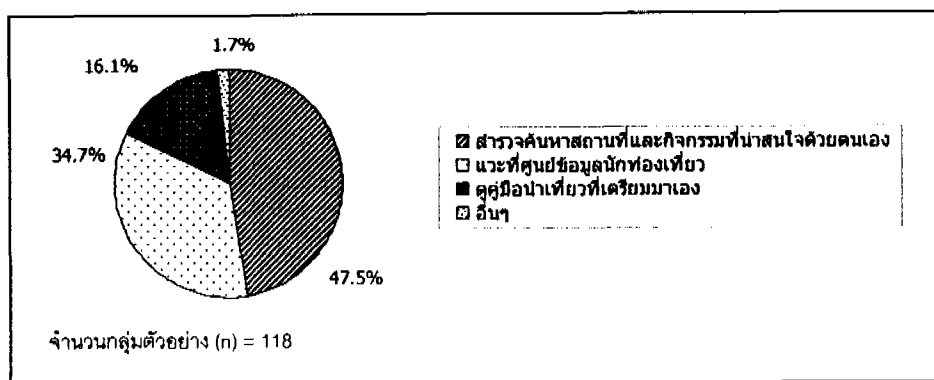
จากภาพที่ 5.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบเลือกชมผลิตภัณฑ์ของชุมชนในบริเวณแหล่งจำหน่ายริมถนนทางหลวง (ร้อยละ 87.3) มากกว่า โดยมีนักท่องเที่ยวเพียงส่วนน้อยที่ชอบบริเวณแหล่งจำหน่ายในชุมชน

จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่แหล่งร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบริเวณริมทางหลวง

8) พฤติกรรมการสำรวจสถานที่ และปัญหาในการเดินทางสัญจรของนักท่องเที่ยว คือ การศึกษาว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมอย่างไร เมื่อเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคย และมีลักษณะของปัญหาในการสัญจรท่องเที่ยวเป็นอย่างไร (ดังตารางที่ 5.29 และ 5.30)

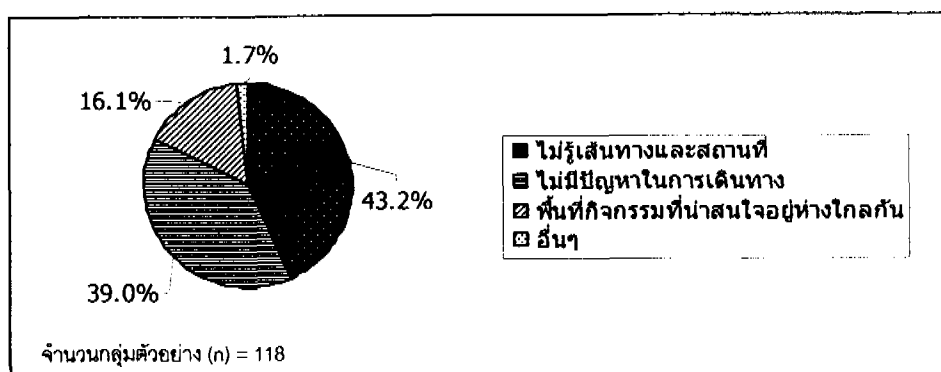
ภาพที่ 5.29

พฤติกรรมการสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคย (ร้อยละ)



ภาพที่ 5.30

ปัญหาการสัญจรท่องเที่ยวในชุมชน (ร้อยละ)



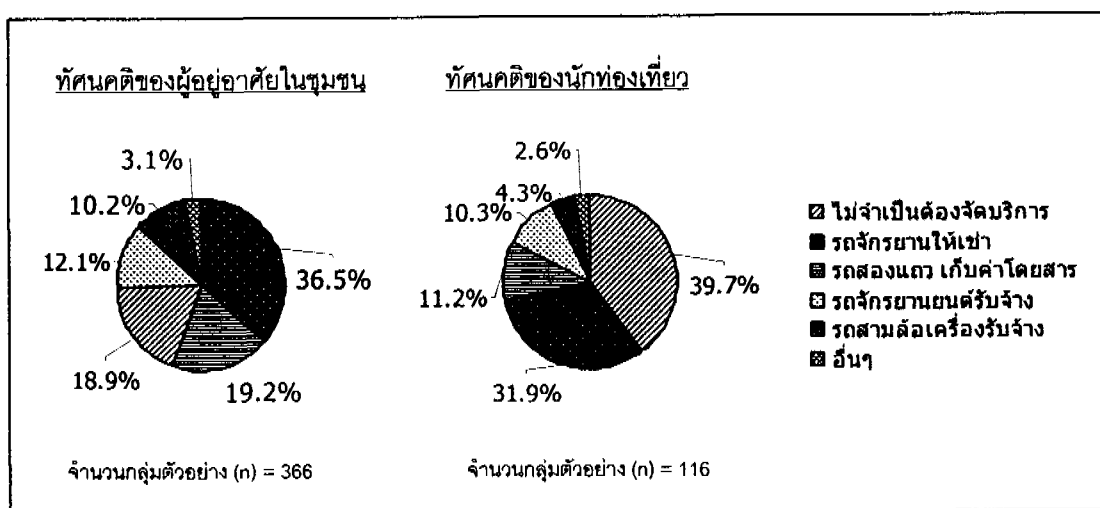
จากภาพที่ 5.29 ภาพที่ 5.30 และจากการสอบถาม พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวว่า จะทำอะไรเป็นอันดับแรก เมื่อไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคย ปรากฏว่า แม้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวไม่คุ้นเคยสถานที่ แต่ชอบที่จะสำรวจค้นหาสถานที่ และกิจกรรมที่น่าสนใจด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.5) ส่วนปัญหาในการเดินทางสัญจรของนักท่องเที่ยว ภายในชุมชนพบว่า ส่วนใหญ่ไม่รู้เส้นทางและสถานที่ (ร้อยละ 43.2) ปัญหารองลงมา ได้แก่ ปัญหาพื้นที่กิจกรรมที่น่าสนใจอยู่ห่างไกลกัน (ร้อยละ 16.1) แต่อย่างไรก็ตามมีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่ไม่มีปัญหาในการเดินทางในพื้นที่ (ร้อยละ 39.0)

จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความเป็นอิสระ ชอบท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าการพึ่งพาคู่มือข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว และกลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาในการท่องเที่ยวในชุมชน เนื่องจากไม่รู้เส้นทางและสถานที่ ส่วนปัญหาพื้นที่ที่น่าสนใจอยู่ห่างไกลกัน เป็นปัญหาน้อยกว่า เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ดังตารางที่ 5.9)

9) การจัดรถบริการที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว และคนในชุมชน ศึกษาโดยสอบถามทัศนคติทั้งกลุ่มผู้อยู่อาศัยในชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยว (ดังภาพที่ 5.31)

ภาพที่ 5.31

รูปแบบการจัดรถบริการในชุมชน (ร้อยละ)



จากภาพที่ 5.31 พบว่า ผู้อยู่อาศัยในชุมชนส่วนใหญ่คิดว่า รูปแบบที่เหมาะสมควรเป็นรถจักรยานให้เช่า (ร้อยละ 36.5) รองลงมา ได้แก่ รถสองแถวเก็บค่าโดยสาร แต่อย่างไรก็ตามมีบางส่วนคิดว่าไม่จำเป็นต้องปรับปรุง (ร้อยละ 18.9) ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ปรากฏว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 39.7) คิดว่าไม่จำเป็นต้องจัดรถบริการ ส่วนรูปแบบรถบริการที่นักท่องเที่ยวคิดว่าเหมาะสมลำดับแรก คือ รถจักรยานให้เช่า (ร้อยละ 31.9)

จะเห็นว่า ผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีความคิดเห็นที่หลากหลายแต่โดยส่วนใหญ่แล้วระบุว่าควรเป็นรถจักรยานให้เช่า โดยผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีความต้องการรถบริการรูปแบบสาธารณะไม่สูงนัก ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในชุมชน ส่วนใหญ่คิดว่าไม่จำเป็นต้องจัดรถบริการ แต่ทั้งนี้รูปแบบรถบริการที่เหมาะสมเป็นลำดับแรกตรงกับความคิดเห็นของคนในชุมชน คือ การจัดรถจักรยานให้เช่า

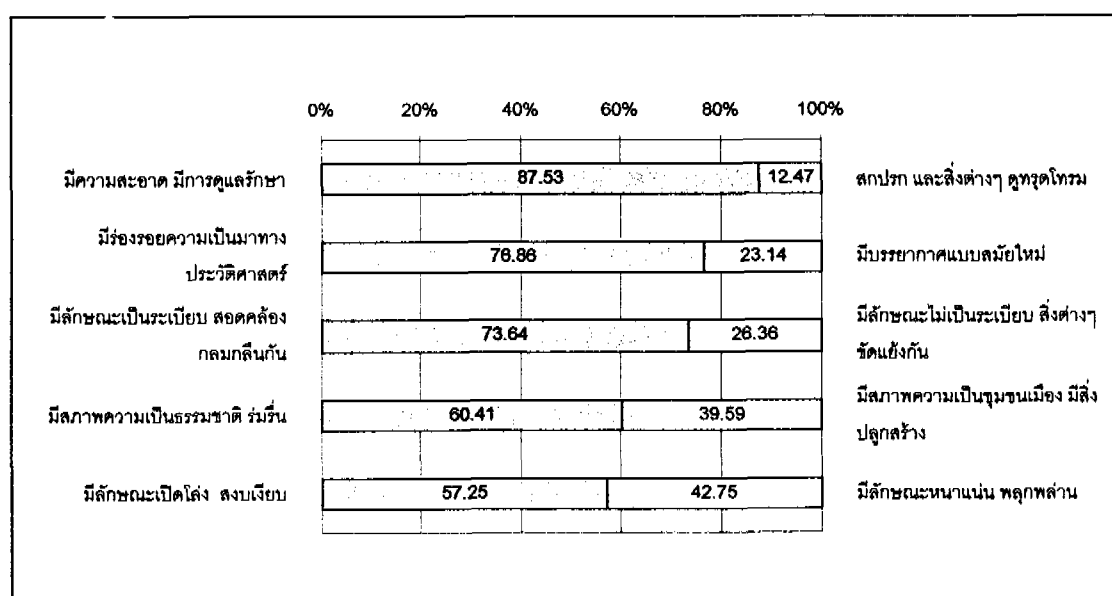
3. การวิเคราะห์เพื่อการส่งเสริมเอกลักษณ์ในชุมชน

การวิเคราะห์เพื่อการส่งเสริมเอกลักษณ์ในชุมชน มีตัวแปรในการศึกษาวิเคราะห์จากทัศนคติของทั้งผู้อยู่อาศัยในชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยมีขอบเขตการศึกษาในด้านทัศนคติที่นำประทับใจ และองค์ประกอบที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งมีรายละเอียดการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1) ทัศนคติที่นำประทับใจ ประกอบด้วยการศึกษาความรู้สึกที่มีต่อลักษณะของบรรยากาศชุมชนในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เมืองมีทัศนคติและบรรยากาศที่ดี นำประทับใจ (ดังภาพที่ 5.32 และตารางที่ 5.10)

ภาพที่ 5.32

ทัศนคติที่นำประทับใจของชุมชนด้านกายภาพจากความคิดเห็น
ของผู้อยู่อาศัยในชุมชน (ร้อยละ)



ตารางที่ 5.10

ทัศนการณ์ที่น่าประทับใจของชุมชนด้านเกวียนจาก
ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. บรรยากาศของชุมชนด้านเกวียนที่น่าประทับใจมากที่สุด		
1) มีสภาพความเป็นธรรมชาติ ร่มรื่น	36	30.8
2) มีร่องรอยความเป็นมาทางประวัติศาสตร์	24	20.5
3) มีความสะอาด มีการดูแลรักษา	23	19.7
4) มีลักษณะเป็นระเบียบ สดุดคล้องกลมกลืนกัน	18	15.4
4) มีลักษณะเปิดโล่ง สงบเงียบ	16	13.7
รวม	117	100

จากภาพที่ 5.32 และตารางที่ 5.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชนส่วนใหญ่ ระบุว่า ชุมชนมีทัศนการณ์โดดเด่นด้านบรรยากาศ ทางด้านความสะอาดมีการดูแลรักษา ส่วนทัศนการณ์ของชุมชนด้านเกวียนที่มีลักษณะไม่เด่นชัด คือ บรรยากาศลักษณะเปิดโล่งสงบเงียบ โดยทัศนคติด้านซ้ายเป็นองค์ประกอบตามหลักทัศนการณ์ที่ดี มีค่าร้อยละของทัศนคติเกินกว่าครึ่งหนึ่งทุกด้าน จึงแสดงว่าชุมชนด้านเกวียนมีทัศนการณ์ที่ดี โดยมีบรรยากาศด้านความสะอาดและการดูแลรักษาเด่นชัดที่สุด ส่วนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีความประทับใจต่อลักษณะความเป็นธรรมชาติ ร่มรื่นของชุมชนมากที่สุด (ร้อยละ 30.8) โดยลักษณะบรรยากาศแบบเปิดโล่ง สงบเงียบ มีผู้รู้สึกประทับใจที่น้อยสุด

จะเห็นว่า ทัศนคติของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในชุมชนกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านความร่มรื่นของชุมชนมากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในชุมชนที่มองว่า ชุมชนของตนมีลักษณะความสะอาด มีการดูแลรักษา มากกว่า

2) องค์ประกอบที่แสดงเอกลักษณ์ของชุมชน คือ การศึกษาว่าองค์ประกอบใดแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นได้ชัดเจน (ตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.11
องค์ประกอบที่แสดงเอกลักษณ์ของชุมชน (ร้อยละ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1.ทัศนคติของคนในชุมชน		
1) บรรยากาศบริเวณบ้านเรือนสิ่งปลูกสร้าง	257	67.3
2) บรรยากาศตามท้องถนน	111	29.1
3) อื่น ๆ	14	3.7
รวม	382	100
2. ทัศนคติของนักท่องเที่ยว		
1) บรรยากาศตามท้องถนน	47	43.5
2) บรรยากาศบริเวณบ้านเรือนสิ่งปลูกสร้าง	46	42.6
3) อื่น ๆ	15	13.9
รวม	108	100

ตารางที่ 5.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในชุมชน คิดว่าบรรยากาศบริเวณบ้านเรือนสิ่งปลูกสร้างมีเอกลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นแฝงอยู่มากที่สุด (ร้อยละ 67.3) ส่วนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นใกล้เคียงกันระหว่างบรรยากาศตามท้องถนน กับบรรยากาศบริเวณบ้านเรือนสิ่งปลูกสร้าง (ร้อยละ 43.5 และ 42.6 ตามลำดับ)

จะเห็นว่า คนในชุมชนกับนักท่องเที่ยวมีทัศนคติแตกต่างกันเล็กน้อย โดยผู้อยู่อาศัยในชุมชนคิดว่า ชุมชนมีเอกลักษณ์ท้องถิ่นแฝงในบรรยากาศบริเวณบ้านเรือนสิ่งปลูกสร้าง แต่นักท่องเที่ยวคิดว่าชุมชนมีเอกลักษณ์ท้องถิ่นแฝงอยู่เท่า ๆ กัน ทั้งในบรรยากาศตามท้องถนน และในบรรยากาศของบ้านเรือนสิ่งปลูกสร้าง

3) เอกลักษณะสิ่งปลูกสร้างและบรรยากาศที่ชุมชนพึงพอใจ ประกอบด้วย การศึกษาความพอใจ และความภาคภูมิใจต่อสิ่งปลูกสร้างและบรรยากาศในชุมชน (ดังตารางที่ 5.12)

ตารางที่ 5.12

เอกลักษณะสิ่งปลูกสร้างและบรรยากาศที่ชุมชนพึงพอใจ (ร้อยละ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. ท่านพอใจสิ่งปลูกสร้างในชุมชนที่มีลักษณะใด		
1) ตกแต่งด้วยวัสดุที่มีในท้องถิ่น (เช่น กระเบื้องดินเผา)	363	93.1
2) ใช้วัสดุตกแต่งที่ดูทันสมัยเป็นสากล	27	6.9
รวม	390	100
2. ท่านรู้สึกภูมิใจ และจรรโลงใจเมื่อชุมชนของท่านมีลักษณะแบบใด		
1) ชุมชนที่พบเห็นงานศิลปะได้ทั่วไป	275	70.3
2) ชุมชนที่มีธรรมชาติร่มรื่น	98	25.1
3) ชุมชนที่มีสิ่งปลูกสร้างทันสมัย	13	3.3
4) อื่น ๆ	5	1.3
รวม	391	100

จากตารางที่ 5.12 พบว่า ผู้อยู่อาศัยในชุมชนส่วนใหญ่พอใจสิ่งปลูกสร้างในชุมชนที่มีการตกแต่งด้วยวัสดุที่มีในท้องถิ่น เช่น กระเบื้องดินเผา มากกว่าสิ่งปลูกสร้างที่ใช้วัสดุตกแต่งที่ดูทันสมัยเป็นสากล และส่วนใหญ่จะรู้สึกภูมิใจ และจรรโลงใจเมื่อชุมชนมีลักษณะที่พบเห็นงานศิลปะได้ทั่วไป (ร้อยละ 70.3)

จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจกับการตกแต่งสิ่งปลูกสร้างด้วยวัสดุในท้องถิ่น และมีความภาคภูมิใจ จรรโลงใจเมื่อได้พบเห็นศิลปะได้ทั่วไปในชุมชน ซึ่งความต้องการดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการปรับปรุงชีวิตชีวาให้ชุมชน โดยการจัดศิลปะในที่สาธารณะซึ่งจะทำให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชน (community pride) และนำไปสู่ความมีเอกลักษณ์ของชุมชน

4) ทศนคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนด้านเกวียน (ตารางที่ 5.13)

ตารางที่ 5.13
ทัศนคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนด้านเกวียน (ร้อยละ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. ชุมชนด้านเกวียนเป็นแหล่งที่นำศึกษาเรียนรู้และนำท่องเที่ยว		
1) เห็นด้วย	110	94.8
2) ไม่เห็นด้วย	6	5.2
รวม	116	100

จากตารางที่ 5.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดเห็นด้วยว่าชุมชนด้านเกวียนเป็นแหล่งที่นำศึกษาเรียนรู้และนำท่องเที่ยว (ร้อยละ94.8)

จะเห็นว่า แม้กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะตั้งใจเดินทางมาชุมชนเพียงเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา (ดังภาพที่ 5.20) แต่มีทัศนคติว่าชุมชนด้านเกวียนน่าเรียนรู้และนำท่องเที่ยว

5.2 ผลการศึกษาแนวทางเบื้องต้นในการปรับปรุงฟื้นฟูบ้านโฮทอป ต้นแบบ

จากผลการศึกษา สามารถนำผลการวิเคราะห์ด้านต่าง ๆ มาเป็นกรอบปัจจัยพิจารณาแนวทางเบื้องต้นในการออกแบบ และการจัดการเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูองค์ประกอบทางกายภาพ สำหรับเสนอต่อผู้มีบทบาทในชุมชนให้มีส่วนร่วมรับฟัง และเสนอแนะข้อคิดเห็น โดยวิธีการจัดสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เพื่อนำข้อเสนอแนะจากการจัดสนทนากลุ่มมาแก้ไขแนวทาง และสรุปเสนอผลการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการออกแบบ และการจัดการเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูบ้านโฮทอปต้นแบบ กรณีศึกษาชุมชนด้านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา ต่อไป

ในการศึกษครั้งนี้ได้คัดเลือกผู้มีบทบาทด้านต่าง ๆ ในชุมชน จำนวน 7 ราย¹ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) จากผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนได้ส่วนเสีย ในการพัฒนาชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา สมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และบุคคล

¹ ดูรายชื่อผู้เข้าร่วมรับฟัง และเสนอแนะข้อคิดเห็น การกำหนดแนวทางเบื้องต้น ในภาคผนวก ค

ทั่วไป เพื่อให้มีส่วนร่วมรับฟัง แสดงความคิดเห็น และเสนอแนะปรับปรุงเพิ่มเติมตามขอบเขตการออกแบบ และจัดการ เพื่อปรับปรุงฟื้นฟู 3 ด้าน คือ ด้านการจัดประโยชน์พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมในชุมชน ด้านการเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในชุมชน และด้านการส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน โดยมีรายละเอียดของการศึกษา ดังนี้

5.2.1 แนวทางเบื้องต้นการจัดประโยชน์พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมในชุมชน

จากข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูเบื้องต้น และสำรวจผลข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติมจากการจัดสนทนากลุ่ม ได้ผลการศึกษาโดยสรุป ดังนี้

1. พัฒนาชุมชนให้มีชีวิตชีวา เพื่อส่งเสริมให้เป็นสถานที่สาธารณะสำหรับทำกิจกรรมการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเพื่อนบ้าน โดยส่งเสริมสภาพเปิดโล่งระหว่างบริเวณบ้านเรือนกับบริเวณสาธารณะให้มีความต่อเนื่องกัน ให้เกิดความใกล้ชิดมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างเพื่อนบ้าน

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย มีข้อคิดเห็นว่าหากแต่ละคนช่วยกัน จะทำให้ชุมชนดูดีขึ้นมา แนวคิดดังกล่าวเป็นไปได้เพราะชุมชนมีการจัดโครงการประกวดหน้าบ้านนำมองร้านค้าหน้าชื่อ ขึ้นเป็นประจำทุกปี

2. จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยแสดงตำแหน่งของแผนที่สถานที่ท่องเที่ยว และจุดอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งชุมชน และมีรายละเอียดเกี่ยวกับหลักควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมสถานที่ และมีป้ายของสถานที่ ที่สื่อสารได้ชัดเจน ว่าครัวเรือนใดที่ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมกระบวนการผลิตภายใน หรือครัวเรือนใดที่มีบริการที่พักค้างแรมโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม มีการอธิบายและเสนอแนะว่า การทำบ้านพักโฮมสเตย์เป็นอาชีพเสริม ดังนั้นการติดป้ายถาวรอาจไม่จำเป็น แต่อาจสื่อความหมายให้ทราบโดยใช้สัญลักษณ์บางอย่างแขวนไว้บริเวณบ้าน และทำเช่นนี้กับกับครัวเรือนสาธิตด้วย นักท่องเที่ยวจะทราบความหมายว่า ครัวเรือนใดมีที่พัก หรือครัวเรือนใดยินดีให้เยี่ยมชมการผลิต นักท่องเที่ยวต้องอ่านคู่มือ หรือแผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนก่อน ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้หลักควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ได้ข้อสรุปว่า มีหลักควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่ควรแนะนำไว้ในแผ่นพับ ได้แก่ ก่อนเข้าไปในครัวเรือนหรือโรงงานเครื่องปั้นควรทักทายผู้ดูแลสถานที่ และขอเยี่ยมชมอย่างสุภาพ นักท่องเที่ยวไม่ควรตะคองถามหาหรือสัมผัสชิ้นงานต่าง ๆ ที่อยู่

ระหว่างการผลิต เพราะผลิตภัณฑ์ยังไม่แกร่ง แต่สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนใจได้โดยชักถามกับช่างปั้น หรือผู้ดูแลพื้นที่ก่อนเสมอ

3. กิจกรรม หรือหลักสูตรให้นักท่องเที่ยวสัมผัสเรียนรู้กระบวนการผลิตอย่างเป็นรูปแบบที่ชัดเจน โดยอาจมีหลาย ๆ รูปแบบเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจ และมีเวลามากน้อยต่างกัน ได้สัมผัสประสบการณ์ลองทำเครื่องปั้นดินเผาภาชนะรูปทรงง่าย ๆ หรือการลงสี สร้างความน่าสนใจทางการท่องเที่ยว และช่วยให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนทักษะระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย ผู้ร่วมสนทนาอธิบายว่า เคยมีโรงเรียนนานาชาติ นำเด็กนักเรียนเป็นกลุ่มมาหัดปั้นภาชนะดินเผาเสร็จแล้วทิ้งไว้ให้น้ำเข้าเตาเผา และจัดส่งตามหลังได้ค่าบริการหัวละ 100 บาท หากมีการสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวโดยกำหนดรูปแบบที่ชัดเจน มีการอบรมผู้ประกอบการที่สนใจจัดกิจกรรม และกำหนดค่าบริการที่เหมาะสมจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก

4. ปรับปรุงพื้นที่บริเวณลานกิจกรรม โดยให้เป็นที่สาธารณะสำหรับชุมชนได้ใช้ประโยชน์ โดยมีศาลาอเนกประสงค์ ลานคอนกรีต เวทีกลางแจ้งขนาดเล็ก เพื่อใช้จัดวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วยเพราะแต่เดิมลานกิจกรรมตั้งใจสร้างขึ้นเป็นแลนด์มาร์ค (ภูมิสัญลักษณ์) เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูปเป็นที่ระลึกแสดงว่ามาถึงชุมชนด้านเกวียนจริง แต่ยังมีได้มีกิจกรรมหลักในพื้นที่

5. เปลี่ยนศูนย์การเรียนรู้ให้เป็นแหล่งค้นคว้าเรียนรู้ต่อยอดของคนในชุมชน มีห้องสมุด อินเทอร์เน็ต ส่วนจัดแสดงนิทรรศการหมุนเวียน ห้องประชุมหรือจัดแสดงวิดิทัศน์ และจัดหาหน่วยงานที่สามารถนำพื้นที่ไปบริหาร เช่น ใช้เป็นที่ทำการขนาดเล็กสำหรับสมาชิกกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม มีการอภิปรายและเสนอแนะหลายประเด็น ได้แก่ ชุมชนมีศูนย์อินเทอร์เน็ตด้าบลอยอยู่แล้ว ดังนั้น ควรมีจำนวนตามที่จำเป็น โดยมีความคิดเห็นจากผู้ร่วมสนทนาว่า เนื่องจากศูนย์การเรียนรู้เป็นการปรับปรุงอาคารกองช่างเดิมของเทศบาล ซึ่งมีพื้นที่ใช้สอยจำกัด และอยู่แยกจากลานกิจกรรมทำให้กิจกรรมไม่เชื่อมโยง ซึ่งชุมชนกำลังศึกษาหาพื้นที่ใหม่ที่สามารถรวมกิจกรรม และสถานที่ไว้ในแหล่งเดียวกันหมด และสามารถจัดงานประเพณี งานลดราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ ดังนั้นในระยะสั้นศูนย์การเรียนรู้จึงอาจปรับเปลี่ยนตามข้อเสนอ

6. แนวทางเบื้องต้น สร้างศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นชุมชนขนาดเล็กผนวกกับการจำหน่ายสินค้า เช่น อาหารว่าง หรือเครื่องดื่ม และจัดหาผู้เช่าจำหน่ายสินค้าประจำชุมชนที่มีการฝึกฝนเป็นมัคคุเทศก์ชุมชน สามารถสื่อสารต่างภาษาได้ และมีเอกสารแผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว และแผนที่เตรียมไว้แจกนักท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย เนื่องจากศูนย์เดิมที่ร้างมีขนาดใหญ่เกินไป และอยู่ในพื้นที่ของเอกชน ซึ่งปัจจุบันไม่อนุญาตให้ปรับปรุง

7. ควรจัดหาพื้นที่สาธารณะเลียบริมแม่น้ำมูล เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งสถานที่สาธารณะพักผ่อนหย่อนใจ เพราะเป็นทรัพยากรที่สำคัญของชุมชนที่มีทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม และประชาชนในท้องถิ่นควรมีโอกาสเข้าถึงได้ง่าย

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย ผู้ร่วมสนทนามีข้อเสนอว่า ควรเริ่มต้นพัฒนาพื้นที่ริมลำน้ำมูลบริเวณวัดด่านเกวียนก่อน โดยต้องการให้สร้างระหัดผืนน้ำ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ภูมิปัญญาชุมชนไว้ด้วย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะของจริงอยู่ไกลต้องเดินเท้าเข้าไปดู แต่ผู้ร่วมสนทนาบางท่านให้ข้อคิดเห็นว่า การตั้งระหัดผืนน้ำให้ใช้งานได้จำเป็นต้องพิจารณาทางน้ำที่เหมาะสมด้วย ซึ่งไม่แน่นอนว่าสามารถทำได้หรือไม่ จึงมีข้อสรุปว่า อาจทำเป็นของจำลองไว้ให้ศึกษา

8. ควรจัดระเบียบชุมชนโดยขอความร่วมมือการจัดเก็บกองดิน กองฟืนที่เป็นวัตถุดิบ โดยมีให้กองขี้ดริบขอบทางสาธารณะ หรืออาจสร้างโรงเรือนให้เรียบร้อย ถนนที่มีทางเท้าไม่ให้มีการวางสินค้าล้ำพื้นที่ทางเท้าโดยสร้างข้อตกลงแนวเขตผืนพื้นที่ชัดเจน

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย โดยไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

9. เพิ่มห้องน้ำสาธารณะ และปรับปรุงศาลาพักรอรถให้มีเอกลักษณ์ของชุมชน มีแสงสว่างเพียงพอในตอนกลางคืน สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย โดยไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

5.2.2 แนวทางเบื้องต้นการเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในชุมชน

จากข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูเบื้องต้น และสำรวจผลข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติมจากการจัดสนทนากลุ่ม ได้ผลการศึกษาโดยสรุป ดังนี้

1. ปรับปรุงภูมิทัศน์ทางหลวง เพื่อสร้างการรับรู้ทางการมองเห็นที่ต่อเนื่อง โดยการจัดเกาะกลางถนนให้มีเอกลักษณ์ เช่น จัดวางภาชนะเครื่องปั้นประดับตกแต่งบนเกาะกลางถนน ใช้รูปแบบพืชพรรณที่เป็นชนิดเดียวกันปลูกตลอดแนวช่วงเข้าสู่พื้นที่ชุมชน ตั้งแต่ย่านทิศเหนือซึ่ง

เป็นย่านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงต่อเนื่องลงมาทิศใต้ ซึ่งเป็นย่านที่อยู่อาศัย และแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผา

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย เนื่องจากมุมโค้งของถนน ซึ่งเป็นข้อด้อยของภูมิประเทศในชุมชนที่ไม่เอื้ออำนวย นักท่องเที่ยวคิดว่า ชุมชนหมดพื้นที่ที่ไม่มีส่วนต่อทางทิศใต้ แต่ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณย่านทิศเหนือด้วย เพื่อให้ทราบข้อมูลว่า ชุมชนมีพื้นที่บริเวณทิศใต้ และดึงดูดให้เข้าไปเที่ยวในชุมชน

2. ควรมีระบบรถบริการ และจัดเส้นทางทัศนอารเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งกิจกรรมสำคัญในชุมชน โดยเสนอทางเลือกให้ผู้ร่วมสนทนากลุ่มตัดสินใจ 2 แนวทาง คือ ระบบรถโดยสารขนาดเล็ก หรือรถสองแถวเก็บค่าโดยสารกับระบบรถจักรยานให้เช่า

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า ผู้ร่วมสนทนามีความเห็นเป็นสองฝ่ายโดยฝ่ายหนึ่ง (เสียงส่วนมาก) คิดว่าระบบรถจักรยานเช่ามีความเหมาะสม เพราะต้องการให้เด็กในชุมชนนำรถจักรยานมาให้เช่าในวันหยุด เด็กจะมีรายได้โดยอาจกำหนดจุดให้นักท่องเที่ยวมาลง เช่น ที่บริเวณลานวัด และสามารถเช่ารถจักรยานเพื่อท่องเที่ยวสัญจร ส่วนอีกฝ่ายคิดว่าระบบรถโดยสารขนาดเล็ก หรือรถสองแถวเก็บค่าโดยสาร มีความเหมาะสม เนื่องจากการขี่รถจักรยานมีอันตราย เพราะมีพาหนะอื่นสัญจรในชุมชน และโดยเฉพาะบริเวณทางหลวงมีความอันตรายมาก แต่มีข้อสรุปจากการอภิปราย คือ อาจจัดระบบรถบริการท่องเที่ยวเป็น 2 ระบบประสานกัน โดยเส้นทางทัศนอารโดยรถจักรยานควรอยู่ภายในบริเวณย่านชุมชน โดยศึกษาเส้นทางที่ผ่านแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตภูมิปัญญาต่าง ๆ ส่วนระบบรถโดยสารขนาดเล็ก หรือรถสองแถว อาจบริการเชื่อมโยงระหว่างย่านจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับย่านชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในย่านชุมชน โดยทั้งสองระบบควรมีจุดเชื่อมต่อกัน

3. พัฒนาสะพานข้าม (overpass) เพื่อเชื่อมโยงพื้นที่สองฟากของทางหลวงบริเวณย่านชุมชน เนื่องจากบริเวณดังกล่าวมีคนในชุมชนเดินทางสัญจรไปมาโดยเฉพาะมีโรงเรียน และนักเรียนอยู่ทั้งสองด้าน ควรมีรูปแบบสะพานข้ามที่ผู้ใช้จักรยาน จักรยานยนต์และเดินเท้า สามารถใช้ร่วมกันได้ และมีความปลอดภัยสามารถเชื่อมโยงการเดินทางให้มีประสิทธิภาพ

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้ร่วมสนทนาอภิปรายและมีความเห็นว่า ชุมชนต้องการทางข้ามแต่ไม่ต้องการให้ทางข้ามบดบังบ้านเรือนสิ่งปลูกสร้างของชุมชน ซึ่งหากสร้างสะพานข้ามที่ออกแบบให้พาหนะเล็ก และคนเดินเท้าสามารถสัญจรข้ามได้จะมีปัญหาด้านช่วงทอดตัวของสะพานมีการบดบังพื้นที่ชุมชนบริเวณที่เป็นจุดสร้างสะพานขึ้นลง แต่หากแก้ปัญหาด้วยการตั้งไกลออกไปจากบ้านเรือนคนในชุมชนอาจไม่ใช้งาน และถ้าไม่สามารถบังคับปิดจุดกลับรถที่มีอยู่เดิมได้

ผู้ร่วมสนทนาคิดว่า ผู้ใช้รถยนต์ขนาดเล็กในชุมชนจะยังคงมีพฤติกรรมเช่นเดิม จึงต้องการให้มีสะพานข้ามสำหรับคนเดินเท้าอย่างเดียว ซึ่งสามารถแก้ปัญหาได้เพียงพอ โดยควรให้อยู่ใกล้บริเวณที่มีคนพลุกพล่านมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามในอนาคตสะพานรูปแบบแรกอาจมีความจำเป็นเมื่อมียานพาหนะสัญจรบนทางหลวงหนาแน่น ควรสร้างบริเวณตำแหน่งที่ไม่มีผลกระทบบดบังบ้านเรือนริมทาง และต้องไม่ไกลเกินไปจนผู้สัญจรไม่ยอมใช้งาน

5.2.3 แนวทางเบื้องต้นการส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน

จากข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูเบื้องต้น และสำรวจผลข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติมจากการจัดสนทนากลุ่ม ได้ผลการศึกษาโดยสรุป ดังนี้

1. ส่งเสริมบรรยากาศความร่มรื่นให้มีทั่วชุมชน ส่งเสริมจุดเด่นและบรรยากาศความร่มรื่นให้มีทั่วชุมชน โดยเน้นปลูกต้นไม้ยืนต้นที่ให้ร่มเงาริมทาง ถนนเส้นหลักของชุมชนควรปลูกต้นไม้ที่ช่วยสร้างความน่าประทับใจ และมีเอกลักษณ์ให้ชุมชน เช่น ปลูกไม้ดอกที่มีสีเดียวกัน ออกดอกสวยงามพร้อมกันตลอดแนวถนน ให้เกิดความน่าอยู่ และส่งเสริมการท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นว่าอาจปลูกต้นไม้ที่มีดอกสีส้ม เช่น ทองกวาว เป็นต้น เพื่อให้กลมกลืนกับสีซึ่งเป็นลักษณะของดินเผา

2. ตีตั้งศิลปะสาธารณะที่แสดงออกภูมิปัญญาท้องถิ่นรูปแบบต่าง ๆ ตามริมถนน และบริเวณสาธารณะต่าง ๆ ในชุมชน เพื่อเกิดความจรรโลงใจ และภาคภูมิใจในท้องถิ่น

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วย โดยอาจตีตั้งผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่เป็นศิลปะ เช่น ภาพกระเบื้องนูนต่ำบอกเล่าบันทึกเรื่องราววิถีชีวิต และงานศิลปะประติมากรรม

3. เน้นเอกลักษณ์ของบรรยากาศโดยรวมของชุมชน โดยส่งเสริมให้ตกแต่งบ้านเรือนหรือสิ่งปลูกสร้างในชุมชนโดยใช้วัสดุที่มี หรือผลิตได้ในท้องถิ่น เช่น กระเบื้องดินเผา หินทรายเทียม หรือส่งเสริมให้ใช้สีอาคารที่มีสีแดงอมส้มอ่อน ๆ หรือสีน้ำตาล ซึ่งเป็นสีของเครื่องปั้นดินเผา

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม เห็นด้วยโดยไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม