



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์บนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

EXPERIENCE DESIGN COMMUNITY-BASED TOURISM THROUGH CREATIVE TOURISM ACTIVITY BASED ON BCG ECONOMY MODEL

สุวดี บุญมาจรินนท์, จันทร์จิตต์ ฐณะศิริ*, มนรัตน์ ใจเอื้อ**

Suwadee Bunmajarinon, Jantajit Thanasiri*, Monrat Jaiuea**

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและนวัตกรรมบริการ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม
บริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, e-Mail: sutourism@hotmail.com (Corresponding Author)

Lecturer, Tourism Management and Service Innovation, School of Tourism
and Services, University of the Thai Chamber of Commerce,
e-Mail: sutourism@hotmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2022, October 5; Revised: 2022, September 12; Accepted: 2022, September 15)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการศึกษาตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้นำชุมชน คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชน และสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน จำนวน 30 คน จาก 10 ชุมชนการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นเครื่องมือการวิจัย ซึ่งมีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือการวิจัยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาข้อคำถาม วิธีการ และภาษา และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ผลการศึกษาพบว่าการออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มาจากพื้นฐานทุนของท้องถิ่น การมีนักสื่อความหมายท้องถิ่นเป็นผู้ถ่ายทอดและการผสมผสานสัมผัสทั้งห้า เป็นการสร้างประสบการณ์ให้ก่อเกิดแก่นักท่องเที่ยวที่มีคุณค่า น่าจดจำ และยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอันนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน

*,**อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและนวัตกรรมบริการ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, e-Mail: Jantajit_tha@utcc.ac.th, moonrat_jai@utcc.ac.th

Lecturer, Tourism Management and Service Innovation, School of Tourism and Services, University of
the Thai Chamber of Commerce, e-Mail: Jantajit_tha@utcc.ac.th, moonrat_jai@utcc.ac.th



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

คำสำคัญ: การออกแบบประสบการณ์, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ABSTRACT

The research aimed to study and experience community-based tourism through creative tourism activities based on the BCG Economic Model. This study was a qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews with 30 community leaders, the Community Tourism Board and members involved in community tourism from 10 tourism communities in Chiang Mai. A structured interview was used as a research tool. The validity of research tools is checked by having experts consider questions, methods and language, and the data were analyzed with content analysis. The results showed that experience design through creative tourism activities based on local capital, local interpreters, and integration of the five senses had created valuable and memorable tourist experiences. It enhanced community-based tourism in order to increase economic value, leading to sustainable local development.

Keywords: Experience Design, Creative Tourism Activity, BCG Economy Model.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการสร้างรายได้ ความคล่องตัวมวลพลปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และโอกาสในการพัฒนาทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ (Paramati, Alam & Chen, 2016, p. 713) ซึ่งการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางวัฒนธรรม ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นจุดหมายปลายทางที่ต้องมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งนี้เมื่อมีการเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมายส่งผลกระทบต่อเนื่องสู่ความเสื่อมโทรมทางทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, ออนไลน์, 2565)

จากสถานการณ์ข้างต้นภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงหามาตรการในการรับมือและแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ จึงเกิดแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาที่ผ่านมา การท่องเที่ยวตามแนวทางโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนหรือ BCG Economy Model โดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่ยั่งยืนหนึ่งในแนวทางที่สำคัญคือการประยุกต์ใช้ Happy Model ที่ชูอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ด้วยสินค้าและบริการ



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

ด้วยการใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ ตลอดจนสื่อสารเรื่องราวและจุดเด่นแต่ละแห่งเชื่อมโยงกับจุดแข็งของประเทศ (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, ออนไลน์, 2565) ซึ่งการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการฯ นั้นคือการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบหนึ่งภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน โดยใช้แนวทางในการตัดสินใจหรือรับผิดชอบต่อการเข้าถึงความเป็นเจ้าของและผลประโยชน์ร่วมกัน มีการนำเสนอของดีชุมชนและความภาคภูมิใจผ่านการนำเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว (Lucchetti & Font, 2013, p. 19) เป็นการท่องเที่ยวด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาบูรณาการสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม ประกอบกับมุ่งกิจกรรมที่ไม่มีผลกระทบเชิงลบในทุกมิติ โดยสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้ผู้คนเกิดความต้องการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากชุมชนแต่ละแห่งมีสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะอันโดดเด่นให้จรรโลงใจ ได้ซ่อนสถานที่ท่องเที่ยวสุดมหัศจรรย์ไว้มากมาย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ภายในชุมชนท้องถิ่นที่หลากหลาย โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นสิ่งที่ชุมชนได้ใช้เป็นความเชื่อมโยงเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาเยือน สัมผัส และเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Juma & Khademi-Vidra, 2019, p. 4733) โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าบนพื้นฐานอัตลักษณ์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เหมือนเดิมจากการลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เอกลักษณ์ท้องถิ่นและเข้าถึงความรู้สึที่มีต่อชุมชน (Richards & Raymond, 2000, p. 18) โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะส่งผ่านไปสู่นักท่องเที่ยวได้ด้วยการออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวในลักษณะสร้างสรรค์เป็นการสร้างทัศนคติเชิงบวกระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในความทรงจำของนักท่องเที่ยวมากขึ้นสิ่งที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมุ่งเน้นที่การออกแบบซึ่งจะช่วยสร้างลูกค้าที่ภักดีต่อไป (Yuan & Wu, 2008, p. 405)

โดยชุมชนการท่องเที่ยวจึงควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว คือ การสร้างประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์ร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจะก่อให้เกิดประสบการณ์และความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนถือเป็นงานที่สำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งต่อชุมชนที่ต้องตระหนักรู้ถึงความพร้อมของทรัพยากรของตนเองในพื้นที่ว่ามีอะไรบ้างที่สามารถพัฒนาและนำเสนอเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวได้ หากชุมชนมีความชัดเจนในการเลือกทรัพยากรเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ก็จะสามารถสร้างรายได้อย่างยั่งยืนให้กับชุมชนและพื้นที่รอบข้างได้และยังสามารถเป็นกลไกในการทำนุบำรุงรักษาทรัพยากรให้คงอยู่และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

ดังนั้นการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนจะสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ช่วยแก้ไขปัญหาจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกับชุมชน ตลอดจนทำให้ชุมชนมีกิจกรรมที่สอดคล้องกับสิ่งที่ตนเองมีและสิ่งที่ตนเองเป็นอย่างสร้างสรรค์สามารถสร้างคุณค่าจากทรัพยากรชีวภาพและวัฒนธรรมและสร้างความสามารถในการพึ่งตนเองนำไปสู่ความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงบรรยายที่ได้ข้อมูลจากคำบอกเล่าและเอกสารต่าง ๆ ที่เป็นภาพสะท้อนความเป็นจริงตามความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ และมโนประสบการณ์สั่งสมของผู้ที่เกี่ยวข้อง (Mura & Khoo-Lattimore, 2018, p. 3) อันมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ทั้งนี้ได้มุ่งเน้นการศึกษาเฉพาะชุมชนการท่องเที่ยวที่ได้จัดตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุดเป็นจำนวน 32 แห่ง โดยชุมชนการท่องเที่ยวที่ใช้เป็นพื้นที่สำหรับการศึกษาได้รับการคัดเลือกมาจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก (Lottery) ทำให้การสุ่มคัดเลือกออกมาได้ 10 ชุมชน เพื่อนำมาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรจากพื้นที่ชุมชนการท่องเที่ยว ตามรายละเอียดวิธีการดำเนินงานวิจัยดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informants) คือผู้นำชุมชน คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชน และสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน จำนวน 30 คน ซึ่งเกิดจากการสัมภาษณ์จนข้อมูลซ้ำหรือไม่มีข้อมูลที่แตกต่างจากเดิม (Redundancy) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการศึกษาที่สามารถเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักได้ ซึ่งมีเกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 ประการ ได้แก่ เป็นคนในชุมชนที่มีถิ่นพำนักในชุมชนเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี โดยพิจารณาจากบุคคลตามหลักแบบสามเส้า (Triangulation) คือต่างคน ต่างสถานที่ และต่างเวลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยเครื่องมือที่จัดทำผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากการนำแบบสัมภาษณ์ที่จัดทำมาให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถาม วิธีการ และภาษาที่ใช้ให้เหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูล



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

หลักรวมถึงการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ซึ่งได้รับการอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนเพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างละเอียด ครบถ้วน และเกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร หนังสือ ตำรา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบประสบการณ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนรวมถึงจากข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นการลงพื้นที่ศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive) ด้วยการมุ่งเน้นไปที่การตีความจากความจริงของเนื้อหาในข้อความที่มีความสำคัญสุดตามที่ผู้ให้ข้อมูลหลักต้องการสื่อและสร้างข้อสรุปของข้อมูลที่น่ามาซึ่งการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งมุ่งเน้นการศึกษาในมิติที่กลั่นกรองจากเจ้าของพื้นที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนการท่องเที่ยว พบว่าการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มาจากพื้นฐานทุนของท้องถิ่น จากการสัมภาษณ์ทำให้ค้นพบข้อมูลที่สื่อให้เห็นถึงความมุ่งหมายให้มีการนำทุนต่าง ๆ ของท้องถิ่นมาบูรณาการบนฐานของโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เช่น ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น ธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อาหารการกิน การแสดง ความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง ประทับใจ และจดจำ ดังสะท้อนได้จากตัวอย่างข้อความของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“อะไรต่าง ๆ ในชุมชน ทั้งธรรมชาติ วิถีชีวิตในแต่ละวันของคนในชุมชน อาชีพที่ทำกันอยู่ นาข้าว ใช้มาสร้างประสบการณ์ได้หมด ใช้ของที่เรามีนี้แหละดีที่สุด ยิ่งยี่สิบที่สุด เอามาทำเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเขาได้มาเที่ยว ได้มาทำกัน ชาวบ้านก็ไม่ต้องเดินออกไปไหน” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 (2565, 7 พฤษภาคม)

“ทุกชุมชนมีของดีของตัวเองเอามาออกแบบทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้เยอะมาก พวกกิจกรรมเหล่านี้พอเอาสิ่งที่ชุมชนมีมาใช้มันก็สร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับนักท่องเที่ยวได้” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 28 (2565, 7 พฤษภาคม)

“เอาสิ่งของที่เรหาได้ในชุมชนมาทำกิจกรรม เอามาต่อยอด อย่างพืชผัก สมุนไพร ที่เราปลูกก็มาทำเป็นอาหารให้นักท่องเที่ยวเขาได้ทาน ทรัพยากร วัฒนธรรม วัด น้ำตก ภูเขา ก็ให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวเอามาสร้างประสบการณ์ได้ เรามีอะไรเราก็ใช้อย่างนั้น ทั้งสร้างสรรค์และยั่งยืน” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 30 (2565, 7 พฤษภาคม)



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

2. การออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีนักสื่อความหมายท้องถิ่นเป็นผู้ถ่ายทอด จากการสัมภาษณ์ทำให้ค้นพบข้อมูลที่ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและก่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชนในการออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต้องมีการนำนักสื่อความหมายท้องถิ่น ซึ่งหมายรวมถึงมัคคุเทศก์ท้องถิ่น คนเล่าเรื่อง คนนำฐานกิจกรรม ปราชญ์ชุมชน ศิลปิน มาเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราว สร้างแรงบันดาลใจ และดึงดูดความสนใจในการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ผลงานตอนทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี ดังสะท้อนได้จากตัวอย่างข้อความของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“ถ้าจะให้ยั่งยืนและสร้างสรรค์อย่างแท้จริงแบบที่ BCG ว่านั่น ก็ต้องมีคนของเราเข้าไปร่วมทำ ร่วมนำกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วย นักท่องเที่ยวที่มาจะได้ประสบการณ์แบบถูกหรือผิดคนที่บอกเล่าสำคัญมาก พื้นที่เราก็ควรให้เราเป็นคนเล่า คนอธิบาย” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5 (2565, 7 พฤษภาคม)

“เรามีปราชญ์ชุมชน มีชาวบ้านที่ถ่ายทอดข้อมูลได้ แถมแทรกความรู้ เรื่องเล่าที่ไต่ขำนอกบอกก็อาจไม่รู้เท่า คนที่มาเที่ยวเขาก็ได้ประสบการณ์กลับไปจริง ๆ ... รายได้และประโยชน์ต่าง ๆ ก็กระจายมาที่พวกเราด้วย” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 18 (2565, 16 พฤษภาคม)

“การได้ให้คนในชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือลูกหลานของเราได้เข้าไปเป็นยุวมัคคุเทศก์ เป็นเรื่องที่ดีนะ จะพูดจะเล่าให้นักท่องเที่ยวฟังหรือรู้อะไรมันก็รู้สึก มันก็สนุกแบบสไตล์ชาวบ้าน ... คนที่มาทำก็ได้เงินให้กับเขา ให้กับชุมชน เขาก็รู้สึกภูมิใจ ไม่ใช่แค่เรื่องเงินอย่างเดียว ภูมิใจที่ได้ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนด้วย เขาก็ได้ประสบการณ์ นักท่องเที่ยวก็ได้ประสบการณ์” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 22 (2565, 16 พฤษภาคม)

3. การออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานสัมผัสทั้งห้า จากการสัมภาษณ์ทำให้ค้นพบข้อมูลที่ว่า การออกแบบให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ การมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting) ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนดังสะท้อนได้จากตัวอย่างข้อความของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“ที่รู้มาเรื่องของการสร้างสรรค์คือการที่ให้นักท่องเที่ยวเขาได้ลงมือทำ ดังนั้นถ้าให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ด้วยกิจกรรมของชุมชนเราก็ควรเน้นไปที่ให้เขาได้ทำ ได้เรียนรู้ ทั้งการหยิบจับ สัมผัสกับสิ่งที่เขาต้องทำ” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9 (2565, 11 พฤษภาคม)

“นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แน่นอนจากกิจกรรมเรา อย่างการได้มาทานอาหารของชุมชนเรา เพราะอาหารของชุมชนอร่อย นักท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความแตกต่างจากที่อื่น ๆ ได้ชิมรสชาติก็จะติดใจ พวกพืชผักที่เอามาทำก็ปลูกเอง ให้นักท่องเที่ยวเก็บมาทำเอง” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 12 (2565, 11 พฤษภาคม)

“พอใครมาเที่ยวชุมชน เขาก็อยากไปดูไปชมได้ถ่ายรูปกับสิ่งสวย ๆ งาม ๆ ที่ชุมชนมี ชุมชนก็อยากให้เขาได้รับประสบการณ์ที่ดี ๆ นำไปบอกต่อ ... ได้ยินเสียงธรรมชาติ สูดบรรยากาศที่สดชื่น ซึ่งสิ่งพวกนี้ชุมชนมีอยู่แล้ว” ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 27 (2565, 27 พฤษภาคม)



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

อภิปรายผล

1. การออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มาจากพื้นฐานทุนของท้องถิ่น

จากผลการศึกษาที่สะท้อนออกมาให้เห็นเกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนที่มาจากพื้นฐานทุนของท้องถิ่น เป็นไปในแนวทางเดียวกับ ศุภาวิณี กิตติวินิต (2564, หน้า 31) ที่ศึกษาความพร้อมและศักยภาพทรัพยากรที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตำบลลิดล อำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่าเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับชุมชน สามารถนำไปพัฒนาและยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมของชุมชนก่อให้เกิดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงมีความสอดคล้องกับ เมธาวิ จำเนียร, กรกฎ จำเนียร, ศศิพัชร บุญขวัญ, ทองพูล มุขรัรักษ์, ยงยุทธ ปาณะศรี และวรรณนา เทพณรงค์ (2562, หน้า 209) ที่ศึกษาการสร้างและสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน พบว่าการแสดงพื้นบ้านซึ่งเป็นทุนท้องถิ่นมีลักษณะให้ผู้ชมหรือนักท่องเที่ยวชมและผู้ชมสามารถร่วมร้องและรำได้ โดยมีการใช้สื่อในการเผยแพร่ในช่องทางที่เหมาะสม รวมถึงการสื่อความหมายที่ถูกต้อง น่าสนใจ มีเรื่องราวความเป็นมา สามารถสร้างความสนใจของนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ ซึ่งการแสดงพื้นบ้านเหล่านี้ได้กลายเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

2. การออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีนักสื่อความหมายท้องถิ่นเป็นผู้ถ่ายทอด

จากผลการศึกษาที่สะท้อนออกมาให้เห็นเกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีนักสื่อความหมายท้องถิ่นเป็นผู้ถ่ายทอด สอดคล้องกับ ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์ ธีรฎกานต์ แนพพิมาย เสาวภาคย์ สว่างจันทร์ และพงศ์เทพ แก้วเสถียร (2562, หน้า 155) ที่การพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่านักสื่อความหมายท้องถิ่นสามารถนำเที่ยวและถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน เกิดการเรียนรู้ ได้รับประสบการณ์ตรงในชุมชนและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ ภัยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จานงศรี (2555, หน้า 97) ที่กล่าวว่าถ้าการมีผู้เล่าเรื่องสามารถสร้างประสบการณ์ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้สัมผัสถึงตัวตนที่เป็นเนื้อแท้และเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร

3. การออกแบบประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

จากผลการศึกษาที่สะท้อนออกมาให้เห็นเกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนที่ผสมผสานประสาทสัมผัสทั้งห้า เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Schmitt (2011, p. 57) ที่ได้จัดแบ่งประสบการณ์ที่สามารถสร้างให้นักท่องเที่ยวได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ ประสบการณ์การรับสัมผัส ประสบการณ์ทางอารมณ์ ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์ทางกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคม รวมถึงสอดคล้องกับนันทนาการ เครื่องชัชแกว (2559, หน้า 7) ที่การรับรู้ภาพลักษณ์ขอตราสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการออกแบบในการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และลักษณะของกิจกรรม ทั้งนี้วิธีที่จะสามารถสื่อสารการรับรู้ทางการท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้งเป็นที่น่าสนใจคือการสื่อสารประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. การนำผลการศึกษาไปพัฒนาทางด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถวิเคราะห์และหากลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างเหมาะสมในพื้นที่
2. การนำผลการศึกษาไปพัฒนาทางด้านการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนบนฐานโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้
3. การนำไปออกแบบรายการนำเที่ยวหรือเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน ในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในเรื่องเดิมโดยปรับเปลี่ยนวิธีการศึกษาและตัวอย่างในการศึกษา จากการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. การศึกษากับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มอื่น ๆ ในสถานที่ที่แตกต่างกัน หรือในเขตอื่น ๆ เพื่อนำมาทำการศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยฉบับนี้ว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำผลที่ได้นั้นสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนได้

บรรณานุกรม

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อน*

การพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ.2564-2570 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<https://www.bcg.in.th/bcg-action-plan/> [2565, 10 กรกฎาคม].



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

- นัฐกานต์ เครือชัยแก้ว. (2559). **การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์, นัฐกานต์ แน่พิมาย, เสาวภาคย์ สว่างจันทร์ และพงศ์เทพ แก้วเสถียร. (2562). การพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *International Thai Tourism Journal*, 15(1), หน้า 150-166.
- ภัณณิ แก้วสง่า, นิสาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. *Suranaree J. Soc. Sci.* 6(1), หน้า 93-111.
- เมธาวี จำเนียร, กรกฎ จำเนียร, ศศิพัชร บุญขวัญ, ทองพูล มุขรัรักษ์, ยงยุทธ ปาณะศรี และวรรณนา เทพณรงค์. (2562). การสร้างและสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน. *Valaya Alongkorn Review*, 9(3), หน้า 199-210.
- ศุภาวิณี กิติวินิต. (2564). ความพร้อมและศักยภาพทรัพยากรที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตำบลลิถล อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 16(1), หน้า 22-32.
- Juma, L. O., & Khademi-Vidra, A. (2019). Community-Based Tourism and Sustainable Development of Rural Regions in Kenya; Perceptions of the Citizenry. *Sustainability*, 11(17), p. 4733.
- Lucchetti, V. G., & Font, X. (2013). Community Based Tourism: Critical Success Factors. *ICRT Occasional Paper*, (OP27).
- Mura, P., & Khoo-Lattimore, C. (Eds.). (2018). *Asian Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies, Methodologies, and Methods*. Springer.
- Paramati, S. R., Alam, M. S., & Chen, C. F. (2016). The Effects of Tourism on Economic Growth and CO2 Emissions: A Comparison Between Developed and Developing Economies. *Journal of Travel Research*, 56(6), pp. 712-724.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23(8), pp. 16-20.
- Schmitt, B. (2011). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundations and Trends in Marketing*, 5(2), pp. 55-112.
- Yuan, Y. H. E., & Wu, C. K. (2008). Relationships Among Experiential Marketing, Experiential Value, and Customer Satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(3), pp. 387-410.