

การถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

THE LESSON LEARNED TO ENHANCE POTENTIAL OF CREATIVE COMMUNITY-BASED TOURISM BASED ON LOCAL IDENTITY

วิทเอก สว่างจิต¹ อรวรรณ เจริญรัตน์² วียดา เหล่มตระกูล³ และกัญญารัตน์ ไชยสงคราม⁴
Witaeak Sawangjit¹, Orawan Charoenrat², Wiyada Lemtrakul³, and Kanyarut Chaisongkram⁴

^{1,3}คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ²คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

⁴คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

^{1,3}Faculty of Education, Lampang Rajabhat University,

²Social Studies, Faculty of Education, Mahasarakham Rajabhat University,

⁴Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

Received: December 29, 2021 / Revised: March 22, 2022 / Accepted: March 28, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น และ 2) วิเคราะห์ปัจจัยในการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมุ่งถอดบทเรียนชุมชนแบบมีส่วนร่วม จาก 20 ชุมชนต้นแบบที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยรวบรวมและวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบเก็บข้อมูลเบื้องต้น จัดประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ และสังเคราะห์ข้อมูลการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยมีผลการศึกษาคือ

การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น 4 ศักยภาพ ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านอัตลักษณ์ชุมชน 2) ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 3) ศักยภาพด้านการบูรณาการหน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 4) ศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และปัจจัยในการหนุนเสริมยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน 2) การมีส่วนร่วมของชุมชน 3) ผู้นำชุมชน 4) มีนักท่องเที่ยวจริง 5) การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม 6) การหนุนเสริมเชิงวิชาการ 7) หน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 8) การพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำสำคัญ: การถอดบทเรียน การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจัยในการหนุนเสริมยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

This study aimed to (1) collect the learned lessons from the potential enhancement of creative community-based tourism based on local identity and (2) analyze the determinants

to enhance the potential of creative community-based tourism based on local identity. This research is a qualitative research aiming to learn the lessons on participating communities from 20 communities that organize community-based tourism. Data were collected using a preliminary data collecting form, organizing focus group discussion involving stakeholders in the local area, and synthesizing the data on upgrading potential of creative community-based tourism based on local identity. The results were as follows:

There were 4 potentials enhanced through creative community-based tourism based on local identity which were (1) community identity potential, (2) community participation potential, (3) stakeholder integration potential, and (4) creative tourism development potential. There were 8 determinants supporting the potential enhancement of community-based tourism which were (1) identity and the wisdom of the community, (2) community involvement, (3) community leaders, (4) actual tourist visitation, (5) fair distribution of tourism income, (6) academic supports, (7) network partnership agencies, and (8) the development of community-based tourism.

Keyword: Lesson Learned, Potential Enhancement of Community-based Tourism, Determinants in Potential Enhancement of Community-based Tourism

บทนำ

นโยบายการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy: BCG Model) พ.ศ. 2564-2569 (Royal Thai Government, 2020) ซึ่งประกอบด้วย 4 สาขายุทธศาสตร์คือ 1) เกษตรและอาหาร 2) สุขภาพและการแพทย์ 3) พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ และ 4) การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทุนพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศและการเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชน ประกอบกับการวิเคราะห์สถานการณ์และประเด็นวิจัยที่เป็นจุดเน้นของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ (Re-Profling) จากการพัฒนานักวิจัยในปี 2560 โดยเครือข่ายนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏมี 3 ประเด็นหลัก (Sawangjit, 2020) ที่ได้รับความสนใจร่วมกัน ได้แก่ 1) ด้านเกษตรและอาหาร 2) ด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ และ 3) ด้านผู้สูงอายุ

จากการดำเนินงานในปี 2562-2563 เครือข่ายได้ดำเนินการวิจัยต่อเนื่องในปีที่ 2 ดำเนินการในช่วงปี 2564-2565 เป็นการดำเนินงานต่อเนื่องในพื้นที่ชุมชนเดิม ซึ่งเป็นต้นทุนในการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ (Jitsuchon, 2020) ทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการมีรายได้ลดลง คนย้ายกลับภูมิลำเนาจำนวนมาก และส่งผลกระทบต่อไปยังชุมชนที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้นการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน (โปรแกรมการท่องเที่ยว ของฝากของที่ระลึก กิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน) จึงจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาและต่อเนื่อง รวมทั้งการพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และช่องทางการสื่อสารการตลาดเพื่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน

จากแนวทางการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนดังกล่าว

สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2564 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (The official website of Tourism Authority of Thailand, 2021) ได้กำหนดทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศ โดยแนวทางหนึ่งคือ การสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยว เน้นให้เกิดการใช้จ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งได้กำหนดให้มีการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพิ่มขีดความสามารถให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและเสนอขายสินค้าที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นไทยให้มีมูลค่าเพิ่มได้ด้วยตนเอง ร่วมกับชุมชน เครือข่ายและกลุ่ม Start-up ที่มีการทำงานอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว

ทั้งนี้เพื่อให้การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นจากรูปธรรมในพื้นที่ที่กระจายทั่วประเทศและมีแนวทางที่แตกต่างกัน จึงควรถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพและปัจจัยเงื่อนไขในการปฏิบัติการในพื้นที่ ดังนั้นจากผลการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในปี 2 ซึ่งดำเนินการกับ 48 ชุมชน ใน 7 ภูมิภาค และดำเนินการต่อเนื่องเป็นต้นแบบของชุมชนที่สะท้อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น และมีแนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาและบูรณาการหน่วยงานทั้งภาควิชาการ ภาครัฐและเอกชน ได้ถูกนำเสนอรูปธรรม ภายใต้แผนงานวิจัยการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาพื้นที่บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ จึงได้จัดการความรู้และถอดบทเรียนชุมชนต้นแบบ

โดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการถอดบทเรียน จะเป็นแนวทางในการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาควิชาการในการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ในการหนุนเสริมกลไกการทำงานในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และปัจจัยเงื่อนไขการทำงานต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยในการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

จากการทบทวนแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า Sarobon (2006) และ Wisudtilux (2015) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ดำเนินการและบริหารจัดการโดยชุมชนเป็นเจ้าของ บนฐานทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตเฉพาะพื้นที่ และถูกนำเสนอเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อเสริมประสบการณ์เรียนรู้ที่มีความสุข

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การกำหนดองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดย Suansri (2003) ได้กำหนดองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน 4 ด้าน และ Maneeroj (2017) กำหนดลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8 องค์ประกอบ ซึ่งสอดคล้องกัน ดังนี้ 1) สิ่งดึงดูดใจที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของถิ่นนั้น ๆ 2) กิจกรรมการท่องเที่ยว มุ่งสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชมมีส่วนร่วมเพื่อการศึกษา เรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง 3) องค์กรชุมชนและเจ้าของภูมิปัญญา จัดตั้งกลุ่มในชุมชนที่เข้มแข็ง บันทึกหรือจัดทำฐานข้อมูลของชุมชน และยินดีถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกและนักท่องเที่ยว 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน ความรู้สึกในการเป็นเจ้าของทรัพยากรในชุมชนซึ่งสมาชิกทุกคน

มีส่วนได้รับผลกระทบ 5) สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อ
บริการนักท่องเที่ยว 6) การจัดการอย่างยั่งยืน การบริหาร
การท่องเที่ยวโดยภาพรวม 7) สร้างการเรียนรู้เปิดโอกาส
ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว
8) พัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์

Singsaktrakul และ Sermkarndee (2020) ได้กำหนดเกณฑ์การยกระดับ 8 ด้าน ได้แก่ คุณค่า
ของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง
สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว
สภาพแวดล้อม ความมีชื่อเสียงกิจกรรมท่องเที่ยว และ
การมีส่วนร่วมของชุมชน นอกจากนี้ Richards (2010)
เสนอคุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
6 ประการ คือ 1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะ
ให้กับนักท่องเที่ยว 2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มี
สินค้าหลัก 3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยน
จากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้
สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ 4) เป็นรูปแบบ
การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรม
ระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน 5) เป็น
รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมี
ส่วนร่วม และ 6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมี
ความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า การ
จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ดำเนินการใน
ชุมชนและมีชุมชนเป็นเจ้าของในการบริหารจัดการ ซึ่ง
มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
ที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การบริหารจัดการ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างการเรียนรู้
ของนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งแผนงานวิจัยการยกระดับ
ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อ
พัฒนาพื้นที่บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ได้ดำเนินการ
พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน 48 พื้นที่
และมีลักษณะที่โดดเด่น 20 ชุมชน ประกอบกับ
กระบวนการในการยกระดับศักยภาพของชุมชนมี
ความแตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ
ด้วยกระบวนการถอดบทเรียนชุมชนแบบมีส่วนร่วม
(Lesson Learn Participation Action Research)
เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ถูกต้องและ
มีความน่าเชื่อถือด้วยกระบวนการทบทวนระหว่าง
การปฏิบัติ (After Action Review Technique)
3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการวางแผน ขั้นการปฏิบัติและ
สังเกตการณ์ และขั้นการสะท้อนผลลัพธ์ และทำการ
ทบทวนผลลัพธ์ระหว่างการทำกิจกรรม

เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบบันทึก
ข้อมูลชุมชนต้นแบบ 5 ข้อคำถาม ประกอบด้วย
1) ข้อมูลชุมชน 2) ความโดดเด่นของพื้นที่ 3) การ
วิเคราะห์จากการประเมิน กทช. และแนวทางการยก
ระดับ 4) กระบวนการ/วิธีการในการเข้าไปร่วมพัฒนา
และ 5) ความคาดหวังของพื้นที่ แบบบันทึกการ
สัมภาษณ์และแบบบันทึกการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และ
ถอดบทเรียนองค์ความรู้

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา ประกอบด้วย กลุ่ม 1
นักวิจัยที่ดำเนินการในชุมชน ผู้แทนหน่วยงานและ
ชุมชนที่ทำงานในพื้นที่ รวมจำนวน 20 คน กลุ่มที่ 2
ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเรื่อง
การท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล
มาแล้ว จะทำการสังเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล
โดยการวิเคราะห์แบบพรรณนา ซึ่งมีรายละเอียดของ
กระบวนการศึกษาเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน โดยศึกษาวิเคราะห์
ข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งเรียบเรียงอย่างเป็นระบบและนำ
เสนอในการจัดประชุมกลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ
และการดำเนินกิจกรรมในทุกขั้นตอนของการวิจัย
และนำเสนอข้อมูลโดยการอธิบายการวิเคราะห์แบบ
พรรณนา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ออกแบบ
บันทึกข้อมูลชุมชนต้นแบบจากทีมวิจัย 48 พื้นที่
พิจารณาและวิเคราะห์ชุมชนที่ดำเนินการวิจัยใน
แผนงานวิจัยการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติและสังเกตการณ์ จากการพิจารณาและวิเคราะห์ชุมชน 48 พื้นที่ มีจำนวนชุมชนที่มีความโดดเด่นและมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เสนอชื่อจำนวน 20 ชุมชน จึงดำเนินการในขั้นตอนที่ 2 โดยทำการศึกษา 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นผู้แทนของแต่ละพื้นที่ จำนวน 7 คน

ระยะที่ 2 การเก็บข้อมูลโดยวิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถอดบทเรียนองค์ความรู้ จำนวน 2 ครั้ง จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 20 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสะท้อนผลลัพธ์โดยในขั้นตอนนี้เป็นการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปบทเรียนที่ได้จากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยเริ่มจากการสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารแบบบันทึกข้อมูลชุมชนจากพื้นที่ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 48 พื้นที่ ใน 7 ภูมิภาค การสัมภาษณ์เชิงลึก เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประมวลข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาจัดทำข้อสรุปผลการถอดบทเรียน แล้วนำเสนอในการประชุม Focus Group เพื่อยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ และให้ข้อเสนอแนะปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อความสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบอธิบายความ (Narrative Analysis) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียง จำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความ เชื่อมโยงความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ โดยทำไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัย

จากการถอดบทเรียนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากพื้นที่ดำเนินงานวิจัยในแผนงานวิจัย

การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ได้ดำเนินในพื้นที่ 30 จังหวัด 48 ชุมชน โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

1.1 ศักยภาพด้านอัตลักษณ์ชุมชน จากการถอดบทเรียนพบว่า แต่ละชุมชนมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่สามารถนำมาเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ โดยจำแนกอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนได้ ดังนี้

- อัตลักษณ์ชุมชนด้านประวัติศาสตร์ ได้แก่ 1) ชุมชนบ้านท่าชัย จังหวัดสุโขทัย ด้วยต้นทุนพื้นที่โบราณสถานในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ และเชื่อมโยงแหล่งภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม และกลุ่มอาชีพ จึงเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของชุมชนที่โดดเด่น 2) ย่านกุฎีจีนหรือกะดีจีน ประกอบด้วย 6 ชุมชน คือ ชุมชนวัดกัลยาณ์ ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนวัดประยุรวงศ์ ชุมชนบุปผาราม ชุมชนกุฎีขาว และชุมชนโรงคราม ซึ่งเป็นความหลากหลายทางมรดกวัฒนธรรมของ 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ 3) ย่านวังเดิม เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม ชุมชนวัดโมลีโลกยาราม ชุมชนปรกอรุณ ชุมชนวัดเครือวัลย์ และชุมชนวัดนาครกลาง 4) ชุมชนสวาย จังหวัดสุรินทร์ แหล่งท่องเที่ยวตามความเชื่อทางศาสนาและเชื่อมโยงยังจุดผ่านแดนประเทศเพื่อนบ้าน ณ ด้านผ่านแดนถาวรช่องจอม

- อัตลักษณ์ชุมชนด้านภูมิปัญญาอาหาร ได้แก่ 1) ชุมชนคลองตะเอน เขตมีนบุรี โดยสตรีมุสลิมจะมีพื้นฐานการทำอาหารคาวหวาน 2) ชุมชนบางตะบูน จังหวัดเพชรบุรี ด้วยวิถีชีวิตบนสายน้ำของชุมชนชายฝั่งทะเลจึงอุดมสมบูรณ์ภูมิปัญญาอาหารทางทะเลที่โดดเด่น 3) ชุมชนท่องเที่ยวกลุ่มลูกไม้ศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ เป็น

แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ เป็นแหล่งวัตถุดิบอาหารที่สำคัญของจังหวัด รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน 4) ชุมชนตะโล๊ะไผ่ จังหวัดสตูล ชุมชนมุสลิมที่มีวิถีชีวิตธรรมชาติและอาศัยทรัพยากรทางทะเลมาประกอบอาหารท้องถิ่น

- อัตลักษณ์ชุมชนด้านวิถีชีวิตชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน ที่ยังคงวิถีชีวิตความเป็นชาวสวนริมคลองและดำรงชีวิตร่วมกับธรรมชาติ 2) ชุมชนตลาดน้ำวัดพระยาสุเรนทร์ เขตคลองสามวา เป็นตลาดน้ำที่ชุมชนรอบ ๆ สามารถนำสินค้ามาขายเป็นแหล่งรายได้ของชุมชน 3) ชุมชนบ้านดอนตะโหนด จังหวัดสิงห์บุรี เป็นชุมชนวิถีชีวิตเกษตรอินทรีย์ ที่ยังคงความเป็นชุมชนเกษตรและถ่ายทอดการเกษตร 4) ชุมชนตำบลบ้านจิ้ง จังหวัดปทุมธานี ความโดดเด่นของภูมิปัญญาชุมชนไทย-รามัญ ดิตรมแม่น้ำเจ้าพระยาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ 5) ชุมชนตำบลคลองจิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถึงแม้จะตั้งอยู่นิคมอุตสาหกรรมแต่มีทุ่งบัวแดงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติในทีนาและมีต้นจิกตลอดลำคลองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ 6) บ้านเชียงแหว จังหวัดอุดรธานี เป็นชุมชนที่อยู่ริมฝั่งหนองหานซึ่งเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุด เกิดเป็นทะเล บัวแดง หนึ่งใน Unseen แห่งสี่แสนธรรมชาติ มีความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศวิทยาแหล่งน้ำ รวมทั้งวิถีชีวิตชุมชน ภูมิวัฒนธรรม ตำนานเรื่องเล่าผาแดงนางไอ่ ศาสนาและอารยธรรมโดยรอบทะเลบัวแดง 7) ชุมชนบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี มีวัฒนธรรมภูมิปัญญาทอเสื่อจันทบูรที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มอัญมณี และกลุ่มท่องเที่ยวด้านการเกษตร รวมทั้งมีแหล่งประวัติศาสตร์ สมัยพระเจ้าตากสิน และค่ายเนินวงสมัยรัชกาลที่ 3 ที่มีความเป็นมาอย่างยาวนานและทรงคุณค่า 8) ชุมชนเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์ มีศิลปวัฒนธรรมการทอผ้า ภูอัคนีที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งเป็นจุดดึงดูดในการจัดการท่องเที่ยวได้

- อัตลักษณ์ชุมชนด้านการท่องเที่ยวเกษตร ได้แก่ 1) ชุมชนคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา

มีแหล่งการเรียนรู้ทางการเกษตรที่สำคัญ โดยเฉพาะมีศักยภาพในการปลูกมะม่วง และการแปรรูป 2) ชุมชนท่าเสา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นแหล่งปลูกส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่และมีทรัพยากรที่จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เป็นอย่างดี 3) ชุมชนปากท่อ จังหวัดราชบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยที่มีความดึงดูดใจในด้านความสวยงามทางธรรมชาติและวัฒนธรรมกะเหรี่ยงที่เกี่ยวกับประเพณีข้าวห่อ การแต่งกายและอาหารของคนกะเหรี่ยง 4) ชุมชนสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นพื้นที่ที่มีความสวยงามเชิงธรรมชาติที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชนที่มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรม

จากอัตลักษณ์ของชุมชนทั้ง 4 ด้านนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องจากการท่องเที่ยวให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

1.2 ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาในสมาชิกของกลุ่มและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมแบบร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ รวมทั้งการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ซึ่งดำเนินการทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยการดำเนินงานเป็นทางการจะมีคณะกรรมการรับผิดชอบอย่างชัดเจน หากมีหน่วยงานในพื้นที่ร่วมดำเนินการจะมีคำสั่งคณะกรรมการอย่างเป็นทางการ และหากดำเนินการไม่เป็นทางการจะดำเนินการในรูปของผู้รับผิดชอบ โดยแบ่งหน้าที่ตามความถนัด ความรู้ความสามารถของแต่ละคน (กรณีการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ อยู่ระหว่างการเตรียมการจัดตั้งกลุ่มเป็นทางการ) ทั้งนี้อยู่บนฐานของการบริหารงานบริหารกลุ่มอย่างโปร่งใส แบบธรรม ตรวจสอบได้ และบางชุมชนมีการกำหนดกฎกติกาที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกและคนในชุมชน ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นเจ้าของในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.3 ศักยภาพด้านการบูรณาการหน่วยงานภาคีเครือข่าย องค์ประกอบของการบูรณาการกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย โดยจำแนกได้ 5 กลุ่ม

- ชุมชน คือ ประชาชนที่อยู่ในชุมชน ซึ่งมีสถานะการเป็นสมาชิกของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือไม่เป็น แต่มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทั้งทางตรงและทางอ้อม อาจมีลักษณะการรวมกลุ่มเป็นทางการและไม่เป็นทางการ บางพื้นที่มีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนโดยมีการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกิจกรรมหนึ่งของวิสาหกิจชุมชน และอยู่ระหว่างการจดทะเบียน

- ภาครัฐ คือ หน่วยงานภาครัฐที่อยู่ในพื้นที่ อาทิ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาชุมชน เกษตรอำเภอ/จังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พาณิชย์จังหวัด เป็นต้น อย่างไรก็ตามในช่วงแรกของการดำเนินการบูรณาการหน่วยงานภาคีเครือข่าย เป็นการสร้างความเข้าใจในการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย และเรียนรู้การทำงานร่วมกัน ซึ่งหลังจากการดำเนินงานผ่านมาแล้วในช่วงปีที่ 2 จึงมีการทำงานในลักษณะของการร่วมทุนทั้งลักษณะของงบประมาณและความร่วมมือ รวมทั้งการขยายผลไปยังพื้นที่เป้าหมายของหน่วยงานภาครัฐ โดยมีภาควิชาการเป็นหน่วยดำเนินการ

- ภาคเอกชน เป็นภาคส่วนที่เป็นคู่ค้าหรือเป็นเป้าหมายทางการตลาดที่เข้าร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของการโปรแกรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งที่เคยร่วมดำเนินการกับชุมชนแล้วและการเชื่อมโยงระหว่างดำเนินโครงการโดยอาจารย์นักวิจัยประสานร่วมงาน

- องค์กรประชาสังคม/หน่วยงาน คือ หน่วยงานหรือองค์กรร่วมพัฒนาในพื้นที่ ทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและอ้อม อาทิ กลุ่มอาชีพในพื้นที่ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แต่เป็นส่วนเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ สมาคมการ

ท่องเที่ยวอำเภอ/จังหวัด หอการค้าจังหวัด เป็นต้น

- เครือข่ายภาควิชาการ หมายรวมถึงคณาจารย์นักวิจัยจากสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยเป็นทั้งหน่วยงานบูรณาการที่ทำหน้าที่เชื่อมประสานให้เกิดกลไกการขับเคลื่อนกับชุมชนภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรประชาสังคม/หน่วยงานรวมทั้งภาควิชาการในลักษณะของเครือข่ายวิชาการด้วย

ทั้งนี้ในการยกระดับศักยภาพด้านการบูรณาการหน่วยงานภาคีเครือข่าย มีหน่วยหลักคือ นักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่ดำเนินโครงการอย่างไรก็ตามเป้าหมายหลักคือ การสร้างความต่อเนื่องยั่งยืนให้กับชุมชนเป้าหมาย จึงต้องยกระดับศักยภาพของนักวิจัยและหน่วยงานภาคีเครือข่าย รวมทั้งเครือข่ายภาควิชาการเพื่อยกระดับศักยภาพของนักวิจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปพร้อมกับการบูรณาการภาคีหน่วยงานในพื้นที่ซึ่งสอดคล้องกับหลักการ University Engagement

1.4 ศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- การบริหารจัดการกลุ่ม เนื่องจากความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกันตามต้นทุนของแต่ละพื้นที่ ดังนั้นการเตรียมความพร้อมและการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มให้สามารถดำเนินกิจกรรม/กิจการเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงมีความจำเป็น โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ รวมทั้งการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ซึ่งจากการยกระดับศักยภาพด้านการบริหารจัดการทำให้เกิดการร่วมกันของชุมชนทั้งเป็นทางการ (มีคำสั่งคณะกรรมการจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน) และไม่เป็นทางการ (การรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรม)

- ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งรวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยว (โปรแกรม

เส้นทางการท่องเที่ยว ของฝาก ของที่ระลึก) ซึ่งใช้ องค์ความรู้จากภาควิชาการร่วมกับชุมชนในการ ยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์เก่าให้มีความน่าสนใจ

- สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัย นอกจากพัฒนา และยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แล้ว ยังได้ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและ หน่วยงานในพื้นที่พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้สามารถ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและง่ายมากขึ้น รวมทั้ง การมีมาตรการด้านความปลอดภัยและการป้องกันการ แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19

- การรองรับนักท่องเที่ยว โดยการ วิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากบางพื้นที่มีข้อจำกัดในการให้บริการ การท่องเที่ยว จึงต้องวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนรวมทั้ง การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เกิด ความคุ้มค่าและเป็นที่ยอมรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละ พื้นที่ได้วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อออกแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยวและความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

- ช่องทางการสื่อสารตลาด การ ท่องเที่ยว เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ รูปแบบการท่องเที่ยวจึงเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการ สื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องพัฒนา และยกระดับศักยภาพของชุมชนในการสื่อสาร การตลาด ซึ่งได้พัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชน และ ช่องทางแบบออนไลน์ผ่านสื่อ Social media ต่าง ๆ

ดังนั้นในการยกระดับศักยภาพด้านการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มุ่งเน้นการพัฒนา ต่อยอดศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับและมีจำนวนเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ อัตลักษณ์ชุมชน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยวต่าง ๆ และการยกระดับช่องทางการสื่อสาร

การตลาดการท่องเที่ยวในสถานการณ์การแพร่ระบาด ของเชื้อไวรัสโควิด 19

2. ปัจจัยในการยกระดับศักยภาพการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จากกรณีวิเคราะห์ ข้อมูล การถอดบทเรียนโดยการจัดประชุมแลกเปลี่ยน เรียนรู้และถอดบทเรียนองค์ความรู้ที่นักวิจัยที่ดำเนินการ ในพื้นที่ รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่พบว่า ปัจจัยในการยกระดับศักยภาพการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

2.1 อัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน ซึ่ง ถือว่าเป็นต้นทุนด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ ของชุมชนที่นำมาเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวโดย ชุมชน บนฐานอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นตัวตนของ ชุมชน รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ที่องค์ความรู้ของชุมชน และแหล่งธรรมชาติที่จะดึงดูด ให้นักท่องเที่ยว นอกจากมาท่องเที่ยวแล้วยังเป็นแหล่ง เรียนรู้ได้

2.2 การมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยสำคัญ อีกประการคือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ ครอบคลุมถึงการมีส่วนร่วม ในการบริหารจัดการ และยอมรับของคนในชุมชนในการ เป็นเจ้าของร่วมจากรุ่นสู่รุ่นเพื่อความต่อเนื่องยั่งยืน ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.3 ผู้นำชุมชน ทั้งนี้ผู้นำชุมชนเป็นผู้นำ ที่เป็นทางการ และผู้นำตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัย สนับสนุนในการขับเคลื่อนให้เกิดความร่วมมือจาก ชุมชน เป็นตัวแปรสู่การมีส่วนร่วมที่สำคัญ หากผู้นำ ชุมชนมีความเสียสละ จิตอาสา และเป็นที่ยอมรับของ ชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่จะสามารถยกระดับการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เป็นอย่างดี

2.3 มัคท่องเที่ยวจริง คือ นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ได้เป็น นักท่องเที่ยวในลักษณะของการศึกษาดูงาน หรือ ทัศนศึกษา แต่มาเที่ยวตามอัธยาศัย

2.4 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

อย่างเป็นธรรม สืบเนื่องจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว การบริหารจัดการให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งของชุมชน ซึ่งนอกจากจะจัดสรรรายได้แล้วยังต้องจัดสรรเพื่อสาธารณะประโยชน์ของชุมชนด้วย

1) การหนุนเสริมเชิงวิชาการ ในการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภาควิชาการถือเป็นภาคีความร่วมมือหนึ่งในการร่วมพัฒนาและยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดการใช้องค์ความรู้จากภาควิชาการและต่อยอดความรู้ใหม่ตามพันธกิจของอุดมศึกษา รวมทั้งการเชื่อมประสานภาคีเครือข่ายพื้นที่ในการเข้ามาร่วมพัฒนาและยกระดับศักยภาพของชุมชน

2) หน่วยงานภาคีเครือข่าย หมายถึง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเป็นกลไกการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ กำลังคน กำลังความรู้ ในการพัฒนาต่อยอดให้เกิดการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

3) การพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวโดยชุมชน นอกจากการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว ยังต้องสร้างสรรค์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง ให้ทันต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ ทั้งเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และช่องทางการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์ในการจัดการการท่องเที่ยวด้วย

ทั้ง 8 ปัจจัยนี้เป็นส่วนหนุนเสริมในการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ให้สามารถดำเนินการตามเป้าหมายได้ ซึ่งเป็นกรณีที่ได้จากการถอดบทเรียนจาก 20 ชุมชนเท่านั้น อาจมีปัจจัยอื่นที่สำคัญตามบริบทและต้นทุนในการบริหารจัดการในแต่ละพื้นที่

อภิปรายผล

1. การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น จากการถอดบทเรียนการดำเนินงานของนักวิชาการใน 20 พื้นที่ โดยภาพรวมพบว่าการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 4 ศักยภาพ ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านอัตลักษณ์ชุมชน 2) ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 3) ศักยภาพด้านการบูรณาการหน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 4) ศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแต่ละพื้นที่มีระดับการความเข้มข้นของการพัฒนาและยกระดับแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามในประเด็นศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนสอดคล้องกับ Luangchan-duang et al. (2018) ซึ่งได้ศึกษาตัวชี้วัดองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยมี 5 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 1) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว/ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 4) การจัดการสิ่งแวดล้อมและความสะอาดขั้นพื้นฐานและศูนย์บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และ 5) บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ทั้งนี้จากตัวชี้วัดองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ได้มุ่งเน้นการพัฒนาที่การจัดการท่องเที่ยว

นอกจากนี้งานวิจัยของ Prasertsri et al. (2021) ได้ศึกษากรณีชุมชนบ้านปู่เดื่อ ตำบลแม่สุก อำเภอแม่สวด จังหวัดตาก ซึ่งได้ถอดบทเรียนการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบพบว่า การพัฒนาด้านอัตลักษณ์ในความผูกพันระหว่างคนกับช้าง ซึ่งแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น สอดคล้องกับการยกระดับศักยภาพด้านอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งสะท้อนถึงความโดดเด่นของชุมชน นอกจากนี้การทำงานกับหน่วยงานทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวสอดคล้องกับการยกระดับศักยภาพด้านการบูรณาการหน่วยงานภาคี

เครือข่าย แต่งงานของ Luangchandang et al. (2018) ไม่ได้ระบุเรื่องการทำงานหรือบูรณาการกับหน่วยงาน นอกจากงานในระดับพื้นที่ของ Prasertsri et al. (2021) และงานวิจัยของ Intanupat (2020) ได้ศึกษา ศักยภาพชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนอ่างเก็บน้ำลำพอก จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ชุมชนมีลักษณะเฉพาะชุมชน มีกลุ่มเครือข่ายความร่วมมือ มีความสามารถในการท่องเที่ยว และสามารถกำหนดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม และมีกระบวนการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งกระบวนการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ ประเด็นศักยภาพที่ควรดำเนินการพัฒนาและยกระดับ ศักยภาพด้วย

2. ปัจจัยในการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น จากการถอดบทเรียนและวิเคราะห์ร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า มีปัจจัยในการหนุนเสริมยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน 2) การมีส่วนร่วมของชุมชน 3) ผู้นำชุมชน 4) มีนักท่องเที่ยวจริง 5) การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม 6) การหนุนเสริมเชิงวิชาการ 7) หน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 8) การพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongpaen (2019) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ จังหวัดลำปาง พบว่า มีปัจจัยที่ตรงกัน แต่การศึกษาของ Thongpaen (2019) ได้กล่าวถึงกฎระเบียบของชุมชนที่ชัดเจน ขนาดของชุมชน โดยแยกปัจจัยด้านอัตลักษณ์ชุมชน และภูมิปัญญาชุมชนออกจากกัน อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านผู้นำชุมชนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ซึ่ง Wanwiset และ Agmapisam (2017) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จ ในกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด ซึ่งมีปัจจัย 3 ด้าน คือ การส่งเสริมสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ด้านการติดต่อ

สื่อสารระหว่างสมาชิก และด้านการเมืองท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นปัจจัยสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้นำชุมชน และหน่วยงานภาคีเครือข่าย นอกจากนี้ งานวิจัยของ Kamnedsin (2020) ศึกษาชุมชนต้นแบบการจัดการชุมชนเข้มแข็งของชุมชนบางน้ำผึ้ง ได้วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญคือ ผู้นำชุมชนที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชน

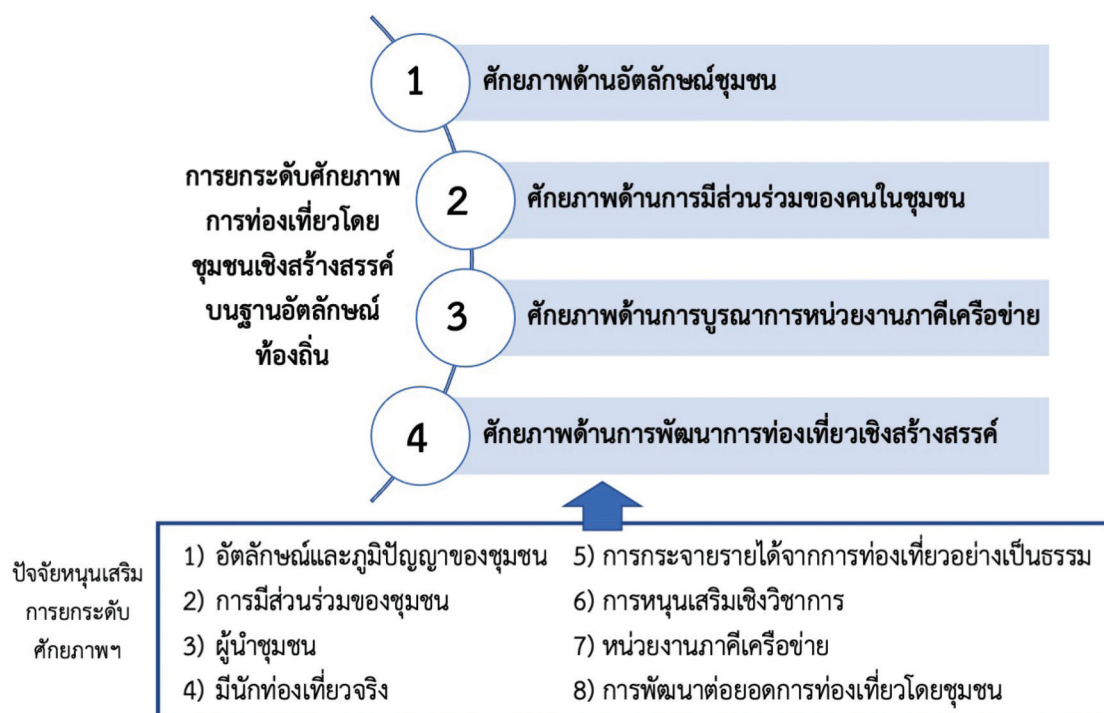
สรุปผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล การถอดบทเรียน พบว่า

1. การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น จากการถอดบทเรียน โดยภาพรวมพบว่า มีการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 4 ศักยภาพ ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านอัตลักษณ์ชุมชน 2) ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 3) ศักยภาพด้านการบูรณาการหน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 4) ศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. ปัจจัยในการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น พบว่า มีปัจจัยในการหนุนเสริมยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน 2) การมีส่วนร่วมของชุมชน 3) ผู้นำชุมชน 4) มีนักท่องเที่ยวจริง 5) การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม 6) การหนุนเสริมเชิงวิชาการ 7) หน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 8) การพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ทั้งนี้จากกระบวนการการยกระดับศักยภาพ และปัจจัยในการยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนถึงการดำเนินงานร่วมกับชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยการใช้องค์ความรู้วิชาการ ซึ่ง 20 ชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการถอดบทเรียนนี้สามารถยกระดับเป็นชุมชนต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้



ภาพที่ 1 การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

1. การถอดบทเรียนครั้งนี้เป็นการถอดบทเรียนชุมชนที่นักวิจัยได้พิจารณาความโดดเด่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 20 ชุมชน จาก 48 ชุมชน ที่ดำเนินการในแผนการวิจัยการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ดังนั้นจึงมีจำกัดของกลุ่มตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม ในการอธิบายผลการถอดบทเรียน ครอบคลุมทุกชุมชนในแผนงานได้ เนื่องจากได้วิเคราะห์ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาแล้ว อย่างไรก็ตามการถอดบทเรียนนี้ยังไม่ได้ศึกษากระบวนการในการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น จึงควรศึกษาในระยะต่อไป

2. ควรศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งเชิงบวก เชิงลบ ทางตรงและทางอ้อม หลังจากการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน และปัจจัยยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น และนำ

ไปสู่การพัฒนาเป็นหลักสูตรเฉพาะและพัฒนาเป็นคู่มือดำเนินการและปฏิบัติการของชุมชนและหน่วยงาน

5. หน่วยงานในพื้นที่ เช่น อปท. เทศบาล ควรส่งเสริมการพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อสร้างความยั่งยืนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงการพัฒนาผู้นำในชุมชน และการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสถาบันวิชาการในพื้นที่ควรวิเคราะห์ศักยภาพและปัจจัยหนุนเสริมการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณนักวิจัยโครงการภายใต้แผนงานวิจัยการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของเครือข่ายนักวิจัยจาก 38 มหาวิทยาลัยราชภัฏในการร่วมดำเนินงานและถอดบทเรียน รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ข้อเสนอแนะและสำนักงานการวิจัยแห่งชาติในการสนับสนุนทุนวิจัย

References

- Intanupat, N. (2020). The potential of Lam Phok Community in managing community-base tourism of the Lam Phok Surin Province. *Journal of Man and Society*, 39(2), 61-73.
- Jitsuchon, S. (2020, 28 May). “Who are affected by COVID-19”: TDRI policy series on fighting COVID-19. <https://tdri.or.th/2020/05/who-are-affected-by-covid-19/> [in Thai]
- Kamnedsin, K. (2020). A study of strong community management of Bang Nam Phueng community model. *Journal of Humanities and Social Sciences Bansomdejchaopraya Rajabhat University*, 14(1), 199-234. [in Thai]
- Luangchandang, L., Kangwong, S., & Nantasan, W. (2018). The potential of role-model communities in sustainable and creative tourism. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)*, 8(2), 52-83. [in Thai]
- Maneeroj, N. (2017). Community based tourism management. *Journal of International and Thai Tourism*, 13(2), 25-46. [in Thai]
- Prasertsri, T., Peatrat, N., Seni Wong Na Ayudhaya, S., & Ritronasak, S. (2021). The study of distilled from community-based tourism management to developing community tourism prototype: A case study of Ban Poo Ter Community. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(6), 94-108. [in Thai]
- Royal Thai Government. (2020, February 17). *Prime minister pushes BCG economic model as a policy to drive Thailand to increase GDP by 1 trillion baht in 6 years*. <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/38369> [in Thai]
- Richards, G. (2010). Creative tourism and local development. In R. Urzburger (Ed.), *Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide* (pp.78-90). Sunstone Press.
- Sarobon, S. (2006). *Community based tourism: Principle and experience*. Thailand Research Fund.
- Sawangjit, W. (2020). Rajabhat university network: Research for community. *Research & Innovation Society Organization Journal*, 2(1), 59-66. [in Thai]
- Singsaktrakul, P., & Sermkarndee, P. (2020). The study of potentiality and conservation tourism development approach of Baan Thung-Maprang, Kuan Doan District and Baan Ton-Panan, Kuan Kalong District in Satun Province. *Suthiparithat (Journal of Business and Innovation: SJBI)*, 27(83), 97-112. [in Thai]
- Suansri, P. (2003). *Community-based tourism handbook*. Tourism for Life and Nature Project.
- Thongpaen, R. (2019). Prototype of community tourism management pattern in Lampang Province. *Faculty of Humanities and Social Science Review*, 7(2), 46-57.
- The official Website of Tourism Authority of Thailand. (2021, October 15). *Tourism Authority of Thailand's (TAT) corporate plan 2021-2022 review*. <https://www.tat.or.th/th/about-tat/market-plan> [in Thai]

- Wanwiset, S., & Agmapisam, C. (2017). Key success factors of the process for people participation in DASTA community-based tourism model a case study of Tambon Namchieo, Trat Province. *Thammasat Journal*, 36(1), 66-95. [in Thai]
- Wisudtilux, S. (n.d.). *Creative tourism Thailand designated areas for sustainable tourism administration*. <https://socanth.tu.ac.th/wp-content/uploads/2017/08/suddan-2558.pdf> [in Thai]



Name and Surname: Witaeak Sawangjit

Highest Education: M.Ed. (Research & Development on Human Potentials), Srinakharinwirot University

Affiliation: Faculty of Education, Lampang Rajabhat University

Field of Expertise: Educational Research and Area Based Community



Name and Surname: Orawan Charoenrat

Highest Education: Ph.D. in Political Science, Rajabhat Maha Sarakham University

Affiliation: Social Studies, Faculty of Education, Mahasarakham Rajabhat University

Field of Expertise: Political Science and Social Studies



Name and Surname: Wiyada Lemtrakul

Highest Education: Ph.D. in Educational Measurement and Evaluation, Chulalongkorn University

Affiliation: Faculty of Education, Lampang Rajabhat University

Field of Expertise: Teacher Training, Project Evaluation, Educational Measurement and Evaluation, and Educational Research



Name and Surname: Kanyarut Chaisongkram

Highest Education: Master of Economics, Chiang Mai University

Affiliation: Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

Field of Expertise: Economic and Econometrics