



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย
Suan Sunandha Academic & Research Review

การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: จังหวัดเพชรบุรี

ทิพย์วรรณ จุฬารัตน์กร¹ ปริญญญา เรืองทิพย์² พชรินทร์ รุจิรานุกุล³ ปิยะทิพย์ ประดุงพรหม⁴

หน่วยวิจัยวิทยาการปัญญาและนวัตกรรม วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา^{1,2,3,4}

piyathip@go.buu.ac.th⁴

Received 5 Apr 2022

Revised 14 Sep 2022

Accepted 25 Oct 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ออกแบบการวิจัยเลือกแบบผสมผสานวิธีแบบคู่ขนาน (Parallel-Databases Design) เก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงเลือกจากผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 13 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 30 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และ กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 300 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการตอบแบบสอบถามการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

1. การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี ควรดำเนินการทั้งด้านเชิงรุก และด้านเชิงรับควบคู่กัน รวมทั้ง 4 มิติ ด้านเชิงรุก ได้แก่ เร่งพัฒนาในระยะสั้น และเพิ่มศักยภาพ ส่วนด้านเชิงรับ ได้แก่ การสร้างภูมิคุ้มกันในระยะยาว และการแก้วิกฤต เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการพัฒนา

2. ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การจัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยว 2) การจัดการความรู้เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ และ 3) เปิดชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. เทคนิควิธีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 3 เทคนิค ได้แก่ 1) เทคนิค A-I-C 2) เทคนิคปฏิบัติการเรียนรู้ในชุมชน CoP และ 3) เทคนิคการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ P-D-C-A

โดยแนวทางดังกล่าวจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เกิดจากรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ชุมชนสร้างสรรค์ 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ และ 4) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การพัฒนาอย่างยั่งยืน, การบริหารจัดการ

Guidelines for Developing A Creative Tourism Model: Phetchaburi Province

Thippawan Juliratchaneekron¹ Parinya Ruangthip² Patcharin Rujiranukul³ Piyathip Pradujprom⁴

Cognitive Science and Innovation Research Unit, College of Research Methodology and Cognitive Science, Burapha University^{1,2,3,4}

piyathip@go.buu.ac.th⁴

Abstract

This research aims to develop a creative tourism model in Phetchaburi Province by using mixed research methods (Mixed Methods) to design research with a combination of parallel methods (Parallel-Databases Design). Collects data with key informants by using a method of selectively selecting from 3 groups of contributors: Group

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 2 (July-December) 2022



1, 13 travel-related policymakers, collecting data by means of focus group. Group 2, a group of 30 community tourism practitioners, collecting data by means of focus group, and group 3, a group of 300 community tourism-related entrepreneurs, collecting data by responding to the tourism management questionnaire. The results showed that

1. Development of guidelines for creating a creative tourism model in Phetchaburi Province should be both proactive and passively in tandem with all 4 dimensions, proactively, including accelerating short-term development and increase the potential. The passive part is to build long-term immunity and solving the crisis to achieve the sustainability of development.

2. Creative tourism management process in Phetchaburi Province consists of 3 steps: 1) Establishing a tourism group 2) Managing knowledge dissemination / public relations and 3) Opening a creative tourism community.

3. Techniques for creative tourism management consists of 3 techniques: 1) A-I-C technique 2) CoP community learning practice technique and 3) Effective management technique P-D-C-A.

The aforementioned approach will result in the outcomes of the creative tourism model having 4 components: 1) creative communities 2) creative tourism destinations 3) creative entrepreneurs and 4) creative tourists.

Keywords: About Creative tourism, Sustainable Development, Management

บทนำ

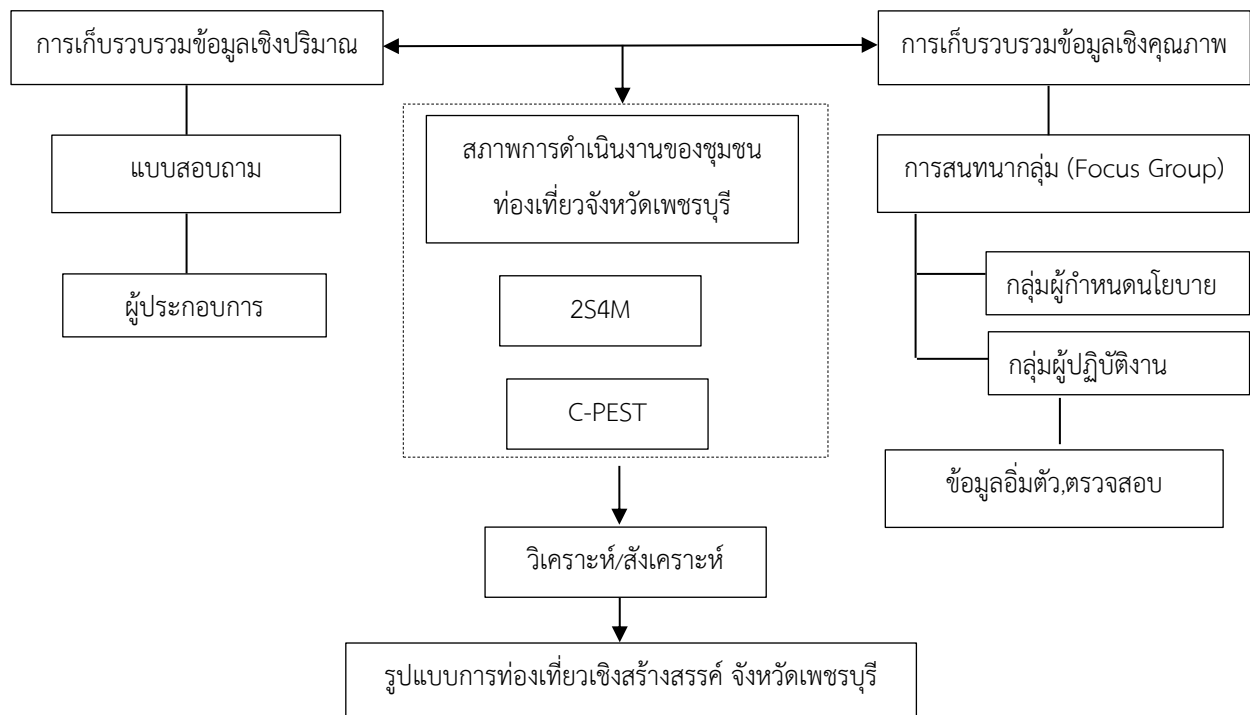
การพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2660-2580) ด้วยวิสัยทัศน์ประเทศ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มุ่งเน้นการพัฒนาในทุก ๆ มิติอย่างสมดุล ไม่ว่าจะเป็นมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศจากกลุ่มรายได้ในระดับปานกลาง เป็นกลุ่มรายได้ในระดับสูง นอกเหนือจากภาคการผลิตที่ทำรายได้สูงสุดให้กับประเทศ อุตสาหกรรมที่น่าสนใจและทำรายได้แก่ประเทศเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2560 World Economic Forum: (WEF) ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศอยู่ที่อันดับที่ 32 จาก 137 ประเทศ ในปี พ.ศ. 2559 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบทางตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย คิดเป็นมูลค่า 1.29 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และคาดว่าจะในปี พ.ศ. 2570 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีมูลค่าประมาณ 2.71 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (Department of Tourism, 2018)

ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนับสนุนนโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่ความยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในปี พ.ศ. 2542 เกิดกระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้น โดยปีงบประมาณช่วงปี พ.ศ. 2545 ที่ประเทศนิวซีแลนด์ (Richards, 2011) และให้ความหมายไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกระบวนการแบบไม่เป็นทางการ ผ่านกิจกรรมการลงมือปฏิบัติ (Work shop) ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสค้นหาคำคิดริเริ่มสร้างสรรค์ภายในตัวเอง และได้ใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่นมากขึ้น ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยัง



สามารถเพิ่มพื้นที่ตลาดให้กับทักษะต่างๆ ที่ชุมชนมีอยู่แล้ว ดังนั้นคุณสมบัติเชิงพื้นที่ควรที่จะมีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ และคนในชุมชนมีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนโดยเจ้าของวัฒนธรรม มีกระบวนการที่จะนำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน และนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวรูปแบบเชิงสร้างสรรค์มักใช้สถานที่เดิมๆ ที่มีอยู่แล้ว จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความยั่งยืนมากกว่ารูปแบบอื่นๆ (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization), 2018) ที่เน้นการเสริมสร้างพลังชุมชน (Community empowerment) โดยให้ความสำคัญกับชุมชนในการนำความรู้และทรัพยากรในพื้นที่มาผลิตเป็นสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชนผ่านอัตลักษณ์ของ พื้นที่นำไปสู่การสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเอง ได้อย่างยั่งยืน ชุมชนเข้มแข็ง และพึ่งตนพาตนเองได้ (Samukkethum, 2021)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นอย่างยิ่งต้องให้ความสำคัญสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่นั้น ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาตามแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสม จำเป็นอย่างยิ่งต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในหรือความสามารถและสถานการณ์ภายในของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งบวกและลบ เพื่อชี้ให้เห็นถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของชุมชน อาทิเช่น โครงสร้าง/นโยบาย (Structure and policy: S1) หมายถึง โครงสร้างองค์กร ระบบงาน และการควบคุมภายใน บริการ (Service and Products: S2) หมายถึง การบริการ/ธุรกิจ/โปรแกรมการท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว/สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร (Man: M1) หมายถึง การบริหารงานบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประสานงาน ผู้ประกอบการ มัคคุเทศก์ และสมาชิก เงิน (Money: M2) หมายถึง การเงิน/การบัญชี วัสดุอุปกรณ์ (Material: M3) หมายถึง สำนักงาน/เทคโนโลยี/อุปกรณ์ที่ใช้ และสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อชี้ให้เห็นโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ประกอบด้วย ลูกค้า หรือผู้รับบริการ (Customer: C) หมายถึง นักท่องเที่ยว สถานการณ์ทางการเมือง (Political: P) หมายถึง กฎหมาย และนโยบายของรัฐ สภาพทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม (Economic and Environment: E) หมายถึง เศรษฐกิจ หน่วยงานสนับสนุน คู่แข่งทางการค้า ธุรกิจคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ สภาพสังคม (Social: S) หมายถึง สภาพสังคม สถานการณ์ทางสังคมที่เผชิญ และเทคโนโลยี (Technological: T) หมายถึง เทคโนโลยี อย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับสภาพบริบทของพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ถูกต้องและยั่งยืนต่อไป สามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย สามารถแสดงให้เห็นได้ดังภาพที่ 1



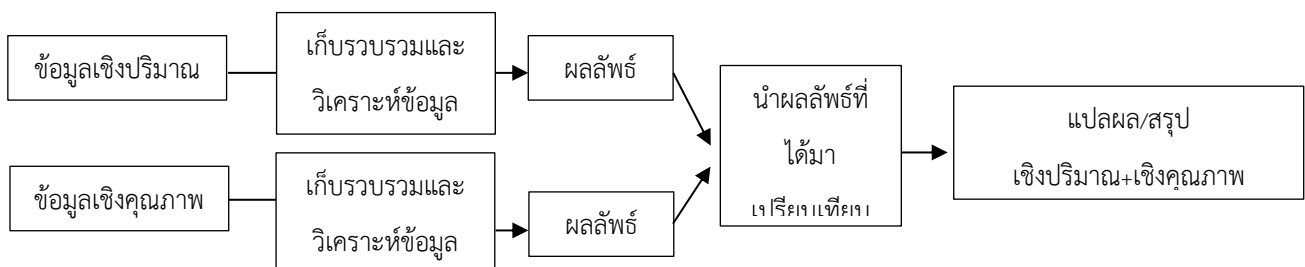
ภาพที่ 1 กรอบแนวทางการดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ออกแบบการวิจัยผสมวิธีแบบคู่ขนาน (Parallel-Databases Design) เป็นการวิจัยที่ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพพร้อมกับเชิงปริมาณโดยให้ความสำคัญกับการวิจัยทั้งสองแบบเท่า ๆ กัน นำผลการวิจัยมาสรุปรวมกัน สามารถแสดงให้เห็นได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบการวิจัยผสมวิธีแบบคู่ขนาน (Parallel-Databases Design) ของ (Edmonds & Kennedy, 2017)



ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัฒนธรรมจังหวัด 1 คน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 1 คน พัฒนาการจังหวัด 1 คน พัฒนาการอำเภอ 8 คน หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน 1 คน นักวิชาการกลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 13 คน กำหนดมาจากผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบโดยตรงเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ แผนงานด้านการท่องเที่ยวชุมชนตามโครงสร้าง และลำดับขั้นการสั่งการในระดับจังหวัด คัดเลือกด้วยวิธีการเจาะจงเลือก การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นรูปแบบการแสดงความคิดเห็น อธิปราย และแลกเปลี่ยนข้อมูลกันของผู้เข้าร่วมสนทนา (Focus group)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 30 ชุมชน คัดเลือกด้วยวิธีการเจาะจงเลือกจากผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ เพื่อเป็นตัวแทนในการให้ข้อมูล ได้แก่ ประธานกลุ่ม หรือ รองประธาน หรือ เลขานุการ ชุมชนละ 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 30 ชุมชนผู้วิจัยกำหนดจากชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, หมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน (SE) และหมู่บ้าน OTOP เพื่อท่องเที่ยว OTOP Village การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นรูปแบบการแสดงความคิดเห็น อธิปราย และแลกเปลี่ยนข้อมูลกันของผู้เข้าร่วมสนทนา (Focus group)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 30 ชุมชนๆ ละ 10 กลุ่ม คัดเลือกด้วยวิธีการเจาะจงเลือกจากผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ เพื่อเป็นตัวแทนในการให้ข้อมูล ได้แก่ ประธานกลุ่ม หรือ รองประธาน หรือ เลขานุการ กลุ่มละ 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 300 คน กำหนดจากผู้ประกอบการที่เกิดจากการขับเคลื่อนโครงการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, หมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน (SE) และหมู่บ้าน OTOP เพื่อท่องเที่ยว OTOP Village เช่น ด้านสินค้าชุมชน ด้านอาหาร ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสุขภาพ และด้านที่พัก เป็นต้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้วยมาตราประมาณค่าวัด 7 ระดับ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบการสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง

ผลการวิจัย

1. สภาพแวดล้อมภายในที่มีผลต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมมีจุดแข็งในระดับค่อนข้างน้อย ($M=3.33$, $SD=.33$) และมีจุดอ่อนต่อการพัฒนาในระดับปานกลาง ($M=4.04$, $SD=.27$) ปัจจัยที่น่าสนใจ คือ ด้านการบริการ (Service and Products: S2) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของชุมชนในระดับค่อนข้างมาก และเป็นจุดอ่อนในระดับน้อย ปัจจัยด้านด้านเงิน (Money: M2) และปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ (Material: M3) ถือว่าเป็นจุดอ่อนในระดับค่อนข้างมากของชุมชนในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยทางด้านโครงสร้าง/นโยบาย (Structure and policy: S1) ด้านบุคลากร (Man: M1) และด้านการบริหารจัดการ (Management: M4) เป็นปัจจัยที่ถือได้ว่าเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนในระดับที่เท่ากัน



ตารางที่ 1 เปรียบเทียบจุดแข็ง-จุดอ่อน ของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน

(n=300)

ประเด็นปัจจัย	จุดแข็ง			จุดอ่อน		
	M	SD	การแปลความหมาย	M	SD	การแปลความหมาย
1. ด้านโครงสร้าง/นโยบาย (Structure and policy: S1)	2.54	.47	ค่อนข้างน้อย	3.86	.57	ปานกลาง
2. ด้านการบริการ (Service and Products: S2)	5.11	.43	ค่อนข้างมาก	2.05	.49	น้อย
3. ด้านบุคลากร (Man: M1)	3.83	.70	ปานกลาง	4.47	.27	ปานกลาง
4. ด้านเงิน (Money: M2)	2.51	.39	ค่อนข้างน้อย	4.56	.40	ค่อนข้างมาก
5. ด้านวัสดุอุปกรณ์ (Material: M3)	2.52	.43	ค่อนข้างน้อย	4.93	.46	ค่อนข้างมาก
6. ด้านการบริหารจัดการ (Management: M4)	3.46	.43	ค่อนข้างน้อย	4.34	.44	ปานกลาง
รวม	3.33	.33	ค่อนข้างน้อย	4.04	.27	ปานกลาง

1.1 ด้านโครงสร้าง/นโยบาย (Structure and policy: S1) โครงสร้างการดำเนินงานทั้ง 30 ชุมชน ของจังหวัดเพชรบุรี ค่อนข้างยืดหยุ่นตามบริบทของชุมชน ไม่มีการกำหนดโครงสร้างดังกล่าวที่ชัดเจน เนื่องจากหลายพื้นที่ยกโครงสร้างการบริหารงานของชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และคณะกรรมการหมู่บ้านขึ้นมาเป็นโครงสร้างกลุ่มการท่องเที่ยว มีเพียงบางพื้นที่ๆ นำร่องรอยของการรวมกลุ่มเดิม เช่น กลุ่มสตรี/กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น ซึ่งพัฒนาขึ้นเป็นกลุ่มการท่องเที่ยว แต่ถึงอย่างไรก็ดี รูปแบบการดำเนินงานจริง ยังคงเป็นรูปแบบกึ่งทางการ ยังขาดเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่กำหนดถึงโครงสร้างกลุ่ม บทบาทหน้าที่ รายละเอียดของภาระงานหลัก (Job Description) และคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงาน ทราบแต่เพียงผู้รับผิดชอบ ซึ่งในแต่ละชุมชนจะมีผู้ปฏิบัติงานอยู่จริง ประมาณ 5-9 คน ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกประสานงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสมและความสามารถ

โครงสร้างการบริหารงานโดยมีอำนาจการบริหารงานสูงสุดจะอยู่ที่ประธานกลุ่มการท่องเที่ยว ซึ่งได้มาด้วยวิธีการคัดเลือกฉันทามติจากที่ประชุมหมู่บ้าน มีการคัดเลือกรองประธาน เลขานุการ และคณะกรรมการดำเนินงาน โดยประธาน แบ่งออกเป็นด้านต่างๆ โดยมีหน่วยงานจากภาครัฐคอยให้คำแนะนำในมีต่องค์ประกอบ/ โครงสร้างของกลุ่ม

1.2 ด้านการบริการ (Service and Products: S2) การบริการด้านการท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 รูปแบบ ดังนี้



- 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ภูมิปัญญาด้านการทำขนมหวาน วิถีเกษตร เช่น การทำเห็ด ไร่นาสวนผสม วิถีชีวิต ได้แก่ การทอผ้าของชาติพันธุ์ไททรงดำ (ลาวโซ่ง) พิพิธภัณฑสถานชาวบ้าน สถาปัตยกรรมบ้านเรือนเก่า และด้านศิลปะ
- 2) แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ได้แก่ ถ้ำ จุดชมวิวเขาค้อ เขาค้อบึง ถ้ำบัว และเขายา
- 3) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Work Shop) ได้แก่ ทำขนมหวานบ้านน้อย (ข้าวตู)
- 4) งานเทศกาล ได้แก่ กินหอย ดูนก ตกหมึก ชะอำ ชมวาฬ ทานปู และหาดเจ้าสำราญ เป็นต้น

ด้านที่พักมีการให้บริการที่พักซึ่ง อยู่ในรูปแบบ (Home Stay) ราคา 300-400 บาท/คืน พร้อมอาหารเช้า 1 มื้อ โดยที่พัก มี 2 ลักษณะ คือ อยู่ร่วมกันกับเจ้าบ้าน และอีกลักษณะหนึ่ง คือ แยกออกมาจาก เรือนของเจ้าบ้าน เส้นทางขนส่งเข้าถึง เส้นทางคมนาคม มีความสะดวกสบาย เหมาะกับผู้ที่เดินทางโดยรถส่วนตัว ไม่มีรถโดยสารประจำทางจากถนนเพชรเกษมเข้าสู่ชุมชน สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน จะมีรถจักรยาน เรือ เต็นท์นอน สำหรับบริการนักท่องเที่ยว และบางชุมชนจะมี รถอีแต๋น ที่สามารถพาเที่ยวชม รอบ ๆ ชุมชน ส่วนใหญ่ชุมชนท่องเที่ยวยังขาดป้ายบอกเส้นทางท่องเที่ยว จากถนนเพชรเกษม ดังนั้นนักท่องเที่ยวมักจะเลยไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง หากนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงชุมชนท่องเที่ยวได้ จะมีป้ายที่เป็นสัญลักษณ์ แสดงให้เห็นว่าเป็นชุมชนท่องเที่ยว ส่วนแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน จะมีป้ายบอกเส้นทางและสถานที่สำคัญๆ สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมไว้เพียง 1 จุด สิ่งอำนวยความสะดวก ปรากฏแหล่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของชุมชนในด้านการท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์ ในด้านของสุขามีจำนวนเพียงพอแต่ยังไม่เหมาะสมกับทุกช่วงวัย ร้านค้าชุมชน ร้านกาแฟ และตลาดนัดชุมชน เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ หรือ เรียนรู้ Work Shop ยังไม่มี มีเพียงการสาธิต เป็นหลัก ปัจจุบันมีบางพื้นที่ที่กำลังขับเคลื่อนเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เช่น พื้นที่บ้านน้อย ไร่ร้าง ถ้ำรงค์ กำลังขับเคลื่อนกิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาทางด้านการทำขนมโบราณ ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติจริง บริการต่าง ๆ จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ มีรูปแบบการศึกษาดูงานเป็นหมู่คณะ ทางชุมชนจะทราบล่วงหน้า โดยชุมชนสามารถจัดการระบบการให้บริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบองค์รวม (One Stop Service) และมีการดูแลนักท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นจนจบการท่องเที่ยว สำหรับกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาส่วนตัว ซึ่งทางชุมชนไม่ทราบล่วงหน้า จะไม่สามารถให้บริการด้านการท่องเที่ยว แบบองค์รวม (One Stop Service) ได้ ยกเว้นบางชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ซึ่งจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงอยู่แล้ว อาทิเช่น ชุมชนบ้านหาดเจ้าสำราญ ชุมชนบ้านพุน้ำร้อน เป็นต้น จะมีการบริการนักท่องเที่ยวเป็น 2 ส่วน คือ ในส่วนของการศึกษาดูงาน และท่องเที่ยวอิสระ

1.3 ด้านบุคลากร (Man: M1) มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ในรูปแบบการศึกษาดูงานในชุมชนท่องเที่ยวต่างจังหวัด เช่น ตลาดหัวปลี เป็นต้น และการอบรมให้ความรู้กับตัวแทนกลุ่ม ในเรื่อง วิธีการจัดการท่องเที่ยว องค์ประกอบการท่องเที่ยว ความสำคัญ และเทคนิค เป็นต้น โดยที่ชุมชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และพร้อมสำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยเฉพาะคณะกรรมการกลุ่มการท่องเที่ยว

1.4 ด้านเงิน (Money: M2) ในส่วนของงบประมาณ ยังขาดการทำบัญชีรายรับรายจ่าย สำหรับรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว มีการกระจายแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) ค่าตอบแทนของคณะทำงาน เช่น ค่าตอบแทนผู้บรรยาย ค่าตอบแทนการทำอาหารและของว่าง ค่าที่พัก (Home Stay) 2) คนในชุมชนที่มีการนำสินค้าชุมชนออกมาขายและ 3) กลุ่มการท่องเที่ยว รายได้เกิดจาก ผลกำไร 10% จากค่าอาหาร/ของว่าง หรือค่าเช่าพื้นที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า ค่าเช่าจักรยาน เป็นต้น นำเงินที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนต่อไป

1.5 ด้านวัสดุอุปกรณ์ (Material: M3) ศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ภายใน



บริเวณเดียวกันกับศาลาประจำหมู่บ้าน หรือสถานที่เดียวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นจุดเด่นของชุมชน เช่น กลุ่มทอผ้า และกลุ่มทำขนมหวาน เป็นต้น ไม่มีอุปกรณ์ประจำสำนักงานการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นโต๊ะ เก้าอี้ เครื่องเสียง เครื่องครัว (ถ้วย ชาม แก้วน้ำ) จักรยาน เต้นท์ ร่ม เป็นต้น

1.6 ด้านการบริหารจัดการ (Management: M4) ระบบงานใช้วิธีการพูดคุยเฉพาะในกลุ่มคณะทำงาน หรือ คณะกรรมการต่างฝ่ายต่างๆ อย่างไม่เป็นทางการผ่านช่องทางไลน์ โทรศัพท์ ปากต่อปาก จากผู้ที่ได้รับเรื่องโดยตรง ซึ่งปกติแล้วผู้ที่ได้รับเรื่องโดยตรงจะเป็นประธานกลุ่ม ขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนสู่ชุมชนท่องเที่ยว

1.6.1 คัดพื้นที่ๆ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ในแต่ละอำเภอ โดยพิจารณาจาก 1) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ 2) ศักยภาพด้านชุมชนมีความพร้อมในสิ่งอำนวยความสะดวก และ 3) ศักยภาพในด้านสินค้าและบริการ ในรูปกลุ่มเดิม เช่น กลุ่ม OTOP กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มสตรี และกลุ่มอาชีพ เป็นต้น

1.6.2 พัฒนาการอำเภอเองลงพื้นที่พูดคุยถึงวัตถุประสงค์ของโครงการ ให้ผู้นำชุมชนร่วมแสดงความคิดเห็นในการเข้าร่วมโครงการ

1.6.3 ผู้นำสื่อสารในชุมชน ผ่านเวทีการประชุมหมู่บ้าน ประมาณ 1-2 ครั้ง

1.6.4 พัฒนาการอำเภอเข้ามาสื่อสารในภาพรวมกับชุมชน ให้ความรู้อบรม ศึกษาดูงาน ร่วมระดมสมองแสดงความคิดเห็นในภาพกลุ่มการท่องเที่ยว

1.6.5 ดำเนินงาน เปิดชุมชนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว 1 ครั้ง หลังจากนั้น ชุมชนรับคณะนักท่องเที่ยวด้วยชุมชนเอง

1.6.6 ติดตามและประเมิน มีการติดตามและประเมินผลการทำงาน ออกเป็น 4 ระดับ A, B, C และ D โดยที่ระดับ A คือ การพึ่งตนเองด้านการท่องเที่ยวได้แล้ว ผลผลิตสินค้าส่งต่อต่างประเทศได้ ระดับ B คือ ต้องหนุนเสริมต่อเพื่อให้ไปถึง A ระดับ C คือ การทำชุมชนให้เป็นชุมชนฐานการเรียนรู้ นักท่องเที่ยวเข้ามาดูงาน ซื้อ/ขาย ของในชุมชนแล้วก็จบไป ระดับ D คือ ต้องช่วยเหลือ นำผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้า ออกมาจำหน่าย ตามงานหรืออีเวนต์ต่าง ๆ ที่จัดขึ้น

1.6.7 รายงานจบโครงการ ในขั้นนี้จะเห็นว่ามีบางชุมชนยังคงขับเคลื่อนต่อไป และบางชุมชนไม่ได้ขับเคลื่อนไปสู่การท่องเที่ยว การจัดการคือผู้นำชุมชน หรือ ผู้นำกลุ่ม พยายามบูรณาการโครงการอื่นๆ เพื่อสนับสนุน และต่อยอดสู่การท่องเที่ยวได้ เช่น โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ตัวอย่างเช่น สุขา หรือ โครงการดันกล้ออินเทอร์เน็ต ในการอบรมให้ความรู้เยาวชนเพื่อนำมาสู่การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมมีโอกาพัฒนาในระดับค่อนข้างมาก ($M=4.51$, $SD=.21$) และมีอุปสรรคต่อการพัฒนาในระดับปานกลาง ($M=3.82$, $SD=.27$) ปัจจัยที่น่าสนใจ คือ ปัจจัยทางด้านลูกค้า หรือผู้บริโภค (Customer: C) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดโอกาสในระดับค่อนข้างมาก และเป็นอุปสรรคค่อนข้างน้อย ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological: T) ทำให้เกิดโอกาสในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมาก ขณะเดียวกันเป็นสถานการณ์ที่ทำให้เกิดอุปสรรคด้วยเช่นกัน ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยทางด้านสถานการณ์ทางการเมือง (Political: P) ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม (Economic and Environment: E) และด้านสภาพสังคม (Social: S) เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดโอกาสและอุปสรรคในระดับที่เท่ากัน คือ ระดับปานกลาง



ตารางที่ 2 เปรียบเทียบโอกาส-อุปสรรค ของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก

(n=300)

ประเด็นปัจจัย	จุดแข็ง			จุดอ่อน		
	M	SD	การแปลความหมาย	M	SD	การแปลความหมาย
1. ด้านลูกค้า หรือ ผู้บริการ (Customer: C)	4.73	.51	ค่อนข้างมาก	3.04	.44	ค่อนข้างน้อย
2. ด้านสถานการณ์ทางการเมือง (Political: P)	3.74	.44	ปานกลาง	3.95	.67	ปานกลาง
3. ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม (Economic and Environment: E)	4.12	.48	ปานกลาง	4.44	.50	ปานกลาง
4. ด้านสภาพสังคม (Social: S)	4.13	.38	ปานกลาง	3.51	.32	ปานกลาง
5. ด้านเทคโนโลยี (Technological: T)	5.81	.46	มาก	4.13	.48	ปานกลาง
รวม	4.51	.21	ค่อนข้างมาก	3.82	.27	ปานกลาง

2.1 ด้านลูกค้า หรือ ผู้บริการ (Customer: C) ลูกค้ากลุ่มสำคัญที่เดินทางเพื่อเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนทั้ง 30

ชุมชน ประกอบด้วย 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มคณะศึกษาดูงานจากภาครัฐ /กลุ่มนิสิต/นักศึกษาที่เดินทางเข้ามาศึกษาวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล เข้ามาพักค้างอยู่ร่วมกับชุมชน 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ริ้วผ่านทางช่องทางออนไลน์ ที่ต้องการถ่ายรูป ทานอาหาร ซึ่งเห็นว่าเป็นจุดผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ตนเองจะเดินทางไปเที่ยว เช่น โครงการชั่งหัวมัน หาดหาดชะอำ และหัวหิน ส่วนใหญ่มาในรูปแบบของครอบครัว 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจที่แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ชุมชนท่องเที่ยวหาดเจ้าสำราญ 4) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบเฉพาะ จึงเดินทางเข้ามาเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในสิ่งที่ตนเองอยากรู้ เช่น ท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ การทำกิจกรรม ศึกษาวิถีชีวิต 5) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์ของเอกชน และ 6) การถ่ายละคร และการถ่ายรายการต่าง ๆ เป็นต้น

2.2 ด้านสถานการณ์ทางการเมือง (Political: P) สำหรับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีหลายหน่วยงานที่เข้ามาขับเคลื่อนในพื้นที่ชุมชน ได้แก่

- 1) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี “โครงการ ท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม”
- 2) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด “โครงการบวร ออนทัวร์”
- 3) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) “โครงการ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”



- 4) สำนักงานเกษตรอำเภอ “โครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร”
- 5) ประชาธิรัฐ “โครงการตลาดนัดชุมชน”
- 6) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด “โครงการชุมชนอัจฉริยะ”
- 7) มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ผ่านโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เนื่องจาก มหาวิทยาลัยมียุทธศาสตร์มุ่งเน้นด้านการท่องเที่ยว และมีหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยกระบวนการหลักของแต่ละหน่วยงาน คือ เข้ามาอบรมให้ความรู้ นำคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวศึกษาดูงาน เพื่อสร้างความเป็นเจ้าบ้านที่ดี สร้างนักเล่าเรื่องชุมชน อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการให้สามารถขายสินค้าได้ อาทิเช่น การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ จัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เช่น กองอำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว ให้ความรู้เรื่องแผนการจัดการท่องเที่ยว เช่น แผนพัฒนาหมู่บ้านหรือชุมชน แผนธุรกิจการท่องเที่ยว แผนธุรกิจสินค้า OTOP การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าที่ผ่านมานโยบายการพัฒนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังคงเป็นรูปแบบการสั่งจากภาครัฐมาสู่ชุมชน (Top Down) หลายโครงการของนโยบายภาครัฐยังไม่สามารถกระตุ้นให้ในชุมชนเป็นผู้ร่วมกำหนดทิศทางนโยบาย และกระบวนการในการพัฒนาโดยตรง (Bottom Up) ถึงแม้ภาครัฐพยายามที่จะนำรูปแบบการพัฒนาแบบเมทริกซ์ (Matrix) ที่พยายามผสมผสานระหว่างทั้งสองแบบ (Top Down and Bottom Up) เข้ามาใช้ก็ตาม การดำเนินงานหลายอย่างมีความซ้ำซ้อนกัน เช่น โครงการเกี่ยวกับการอบรมให้ความรู้ต่าง ๆ เป็นต้น ถึงแม้ว่าบางนโยบายจากภาครัฐจะสิ้นสุดงบประมาณไปแล้ว และไม่ได้มีการขับเคลื่อนต่อ พบว่า ใน 30 ชุมชน ยังคงมีบางชุมชนที่ต้องการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวด้วยตัวชุมชนเอง โดยบูรณาการร่วมกับโครงการอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนเสริม และบางชุมชนไม่ต้องการขับเคลื่อนต่อ

2.3 ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม (Economic and Environment: E) ด้านสภาพเศรษฐกิจส่งผลกระทบในการดำเนินชีวิต ประชาชนในชุมชนมุ่งเน้นการประกอบอาชีพหลัก เนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งมักจะส่งผลต่อรายได้หลัก ทำให้ในชุมชนไม่กระตือรือร้น ซึ่งชุมชนท่องเที่ยวหลายแห่ง ขาดการเอื้อประโยชน์ระหว่างอาชีพหลักกับการท่องเที่ยว รวมถึงภาคเอกชนที่มีความรู้ และมีทุน จะมีข้อได้เปรียบทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ตอบโจทย์ตามความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากกว่าชุมชน เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยว ชุมชนจึงไม่ให้ความสนใจเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวจึงไม่เกิดความต่อเนื่องของกระบวนการทำงาน ปัจจุบันสภาพสังคมทั่วโลกต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดน้อยลง มีเพียงนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย ซึ่งมีจำนวนลดน้อยลง เช่นเดียวกันหากเปรียบเทียบกับอดีต สำหรับการระบาดระลอกใหม่ในประเทศไทย หลายชุมชนมีระบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ เนื่องจากมีประสบการณ์ หลายชุมชนปฏิเสธการเข้าศึกษาดูงานของคณะศึกษาดูงาน เนื่องจากกลัว สำหรับบางชุมชนยังคงจัดกิจกรรมที่เป็นการกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เผาข้าวหลาม ชมทุ่งทานตะวัน ของชุมชนบ้านนาพันสาม เป็นต้น

2.4 ด้านสภาพสังคม (Social: S) สภาพสังคมที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มตัว ชุมชนยังไม่ได้วางแผนการจัดการท่องเที่ยวในสอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าวในอนาคต แต่ด้วยทุนทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นสภาพอากาศ กิจกรรมการเรียนรู้ เป็นต้น และที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุเดินทางเข้ามาในชุมชนเป็นจำนวนมาก และมีกำลังซื้อดี ด้านการศึกษาปัจจุบันแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาเปลี่ยนไปมาก ผู้ปกครอง และตัวนักเรียน ให้ความสำคัญกับการศึกษาที่สามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้ อยากเรียนรู้ตามความต้องการของตนเองมากกว่า ค่านิยมเรื่องใบปริญญาลดน้อยลง ซึ่งปัจจุบันการศึกษาในระบบยังไม่ตอบสนองความต้องการดังกล่าว จะเห็นได้ว่าระบบบ้านเรียนจึงเกิดขึ้นมาก ความหนาแน่นในเขตเมือง สภาพการทำงานที่เร่งรีบ เมื่อถึงช่วงวันหยุดยาว 2-3 วัน จะมีนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานคร เดินทางเข้ามาพักผ่อนในแหล่ง



ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นจำนวนมาก เช่น ทะเล ภูเขา พุน้ำร้อน และแม่น้ำ เป็นต้น ส่วนเส้นทางที่ผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจะได้รับความสนใจรองลงมาจากแหล่งท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวได้วางแผนไว้ล่วงหน้า

2.5 ด้านเทคโนโลยี (Technological: T) ปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเข้าถึงง่าย ในการเผยแพร่

ประชาสัมพันธ์ และประยุกต์ใช้ในการจัดการด้านการท่องเที่ยว และมีอยู่หลากหลายช่องทาง จากการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของคนในชุมชนยังขาดการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยดังกล่าวมาพัฒนา หรือประยุกต์ใช้ ในด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควร หรือบางชุมชนเคยมีร่องรอยการใช้ที่ไม่ต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากไม่มีผู้ดูแล และรับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง

3. ผลการวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี จากข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ควบคู่กันโดยนำสถานการณ์ภายในจุดแข็ง และจุดอ่อน ของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จับคู่กับสถานการณ์ภายนอก โอกาส และอุปสรรค (TOWS Matrix) สามารถแสดงแนวทางไปสู่การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี ทั้งเชิงรุก และเชิงรับ ในการดำเนินงานควบคู่กันได้ 4 มิติ โดยต้องคำนึงถึงจุดเน้นการพัฒนา แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 การพัฒนาเชิงรุก คือ เร่งพัฒนาในระยะสั้น และการพัฒนาเชิงรับ คือ การสร้างภูมิคุ้มกันระยะยาวด้านการท่องเที่ยวการแก้วิกฤต ประกอบด้วย 2 หลักการ ดังนี้

1. ชุมชนท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ควรลดจุดอ่อนของตนเอง เพื่อที่จะเปิดรับประโยชน์จากโอกาสภายนอกที่จะเข้ามาโดยการจัดตั้งศูนย์การท่องเที่ยวที่ชัดเจนพร้อมช่องทางการติดต่อที่สามารถเข้าถึงได้จริง ในหลายหลากช่องทาง

2. ชุมชนท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีนำจุดแข็งที่มีอยู่ในชุมชนมีเข้ามาช่วยลดอุปสรรคจากภายนอก ได้แก่ การหาแนวร่วมหรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยว คัดเลือกจากบุคคลที่มีความตั้งใจ มีความพร้อม และมีอุดมการณ์เดียวกัน โดยมอบหมายภาระงานที่ตรงตามความสามารถและความต้องการ กำหนดขอบเขตภาระงานให้ชัดเจน ขับเคลื่อนในรูปแบบกลุ่ม ร่วมมือกับภาคีเครือข่าย โดยทำงานแบบองค์รวม และพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชนเอง

ช่วงที่ 2 การพัฒนาเชิงรับ คือ การเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาเชิงรับ คือ การแก้วิกฤต ประกอบด้วย 2 หลักการ ดังนี้

1. ชุมชนท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ควรนำจุดแข็งมาใช้ให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะได้รับจากภายนอก ได้แก่ การนำทุนของชุมชนที่โดดเด่น และมีอัตลักษณ์มาพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของสภาพสังคม และกลุ่มลูกค้า รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

2. ชุมชนท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ควรนำจุดอ่อน และอุปสรรค มาปรับแก้ เพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องตามวิถีของชุมชนอย่างเป็นธรรมชาติ โดยไม่ดัดแปลง ปรับแต่ง และพัฒนาบุคลากรที่มีความตั้งใจ/สนใจ ขับเคลื่อนชุมชนสู่ชุมชนของการท่องเที่ยวให้มีความรู้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องเทคโนโลยีที่ทันสมัย

4. เทคนิคสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงต้องเริ่มจากการพัฒนาจากข้างล่างขึ้นข้างบน อาศัยเทคนิคและกระบวนการทำงานของกลุ่มคนในชุมชน ที่มีความรู้ความสนใจในเรื่องเดียวกัน เพื่อร่วมมือกันในการขับเคลื่อนชุมชน ไปสู่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CoP) ที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชน หรือกลุ่มการท่องเที่ยว ได้พูดคุยแลกเปลี่ยน ความรู้ ประสบการณ์ นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ ถึงสภาพปัญหา ความต้องการ และศักยภาพ เป็นกระบวนการที่ช่วยให้มีการระดมพลัง ระดมสมองในการศึกษา วิเคราะห์ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเกิดการตัดสินใจร่วมกัน เกิดพลังของการสร้างสรรค์และรับผิดชอบต่อการพัฒนาชุมชน อันจะนำไปสู่ให้เกิดความสมดุลทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การพัฒนา



ชุมชนอย่าง มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (A-I-C) และเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานโดยอาศัยการดำเนินงานเข้าไปเข้ามา มีการประเมิน ปรับปรุง และพัฒนา เป็นวงจร (P-D-C-A) เกิดเป็นชุมชนที่ขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรม (Innovation Communities) ที่ชุมชนพัฒนาขึ้นจากการผสมผสานแนวคิดของสมาชิกของชุมชนที่มีมุมมองต่างกัน ทำให้แนวความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

5. แนวทางการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี โดยเชื่อมโยงให้เห็นแนวความคิด จากผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมา แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน จุดเน้นการพัฒนา จำเป็นต้องประกอบด้วยเชิงรุกและเชิงรับ ควบคู่กันไป ทั้ง 4 มิติ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการจัดการท่องเที่ยว 3 ชั้น ได้แก่

1. การจัดตั้งกลุ่ม ขั้นตอนการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสมัครใจที่เข้าร่วม และรวมกลุ่มกัน โดยแสดงความคิดเห็น รับฟังและหาข้อสรุปร่วมกันอย่างสร้างสรรค์เป็นประชาธิปไตย ยอมรับในความคิดของเพื่อนสมาชิก โดยการใช้กิจกรรมกลุ่ม และการระดมสมอง ทำให้เกิดเป็นชุมชนสร้างสรรค์ โดยมีผู้นำหรือวิทยากรเป็นผู้กระตุ้นความคิด อาศัยแนวคิดหลักการทางด้านทฤษฎีเข้ามาประกอบ ได้แก่ ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว (6A'S) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ -2S4M -CPEST การจัดตั้งศูนย์การท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนย่อย ได้แก่

- 1.1 จัดหาแนวร่วม สร้างกลุ่ม
- 1.2 ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว
- 1.3 การขับเคลื่อนอย่างบูรณาการรูปแบบเครือข่าย
- 1.4 ค้นหาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยว
- 1.5 กำหนดเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 1.6 ขยายฐานคิดสู่ชุมชนสื่อสารอย่างสร้างสรรค์

2. การเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์/การจัดการความรู้ ขั้นตอนการหาวิธีการและเสนอทางเลือกในการพัฒนาสมาชิกด้วยกัน กำหนดเป้าหมาย กำหนดแผนงาน และประเมินลักษณะของแผนงาน โดยอาศัยองค์ความรู้ที่ทันสมัย และเป็นไปตามบริบท และศักยภาพชุมชนโดยการใช้กิจกรรมกลุ่ม การระดมสมอง จัดทำแผนงาน และลงมือปฏิบัติตามแผนงานเพื่อสร้างแหล่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ อาศัยหลักวิชาการแนวคิดการจัดการความรู้ และหลักการตลาด The Marketing Mix 4P and 3P การจัดระบบองค์ความรู้ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนย่อย ได้แก่

- 2.1 การใช้ศักยภาพสร้างสรรค์
- 2.2 กิจกรรมสร้างสรรค์
- 2.3 สร้างระบบการขับเคลื่อนบนฐานเทคโนโลยี
- 2.4 พัฒนาความรู้ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

3. เปิดพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งต้องประกอบไปด้วยกิจกรรมสร้างสรรค์ การใช้ศักยภาพในชุมชนสร้างสรรค์ และการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน ขั้นตอนของการยอมรับ และทำงานร่วมกัน โดยนำแผนงานที่ได้เตรียมเอาไว้สู่การปฏิบัติจริงตามภาระงานที่มีการมอบหมาย ตามข้อตกลง และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้าในแผนงาน ลงมือปฏิบัติจริงโดยคนในชุมชนเป็นผู้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ (COP) และดำเนินงานอย่างเป็นวัฏจักร (PDCA) ประมาณ 3 รอบ ของการดำเนินงานเปิดพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนย่อย ได้แก่

- 3.1 ลงมือปฏิบัติ



3.2 ประเมิน

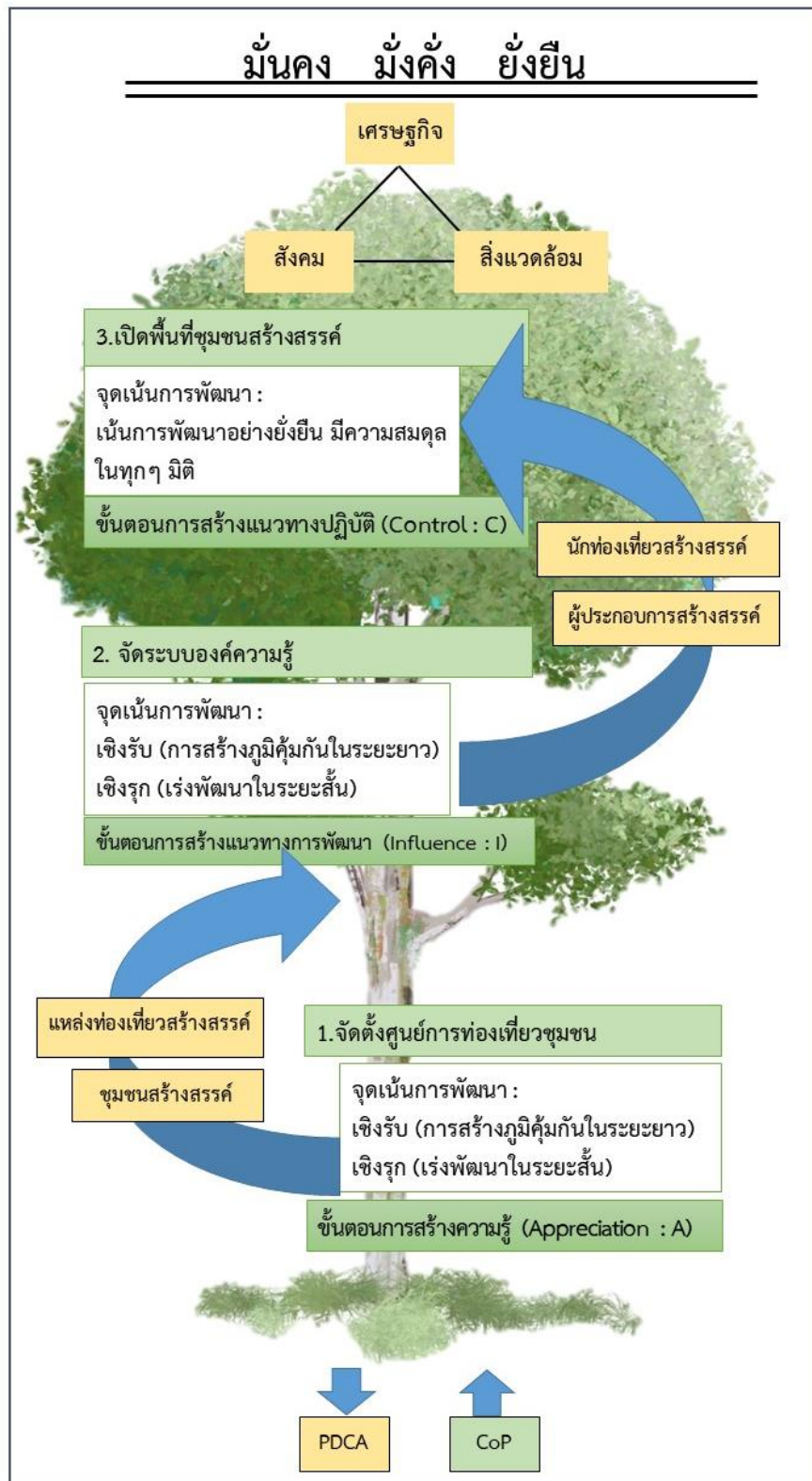
3.3 ทบทวน

3.4 กลับไปวางแผนใหม่

ก่อให้เกิดเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1.) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2.) ชุมชนสร้างสรรค์
- 3.) ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์
- 4.) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชน (Innovation Communities)

ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต สามารถแสดงให้เห็นได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี



สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การจัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2. การเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์/การจัดการความรู้ และ 3. เปิดพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ ทั้ง 3 ขั้นตอน และสามารถทำให้เกิดเป็น 1. ชุมชนสร้างสรรค์ 2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3. ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ และ 4. นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการสังเคราะห์งานวิจัยของ (Luangchanduang & Panyawadi, 2018; Guengtragoon & Mongkhonsrisawan; Singhapat, 2016; Jirawisitthaporn, 2019; Aneksuk, 2017; Rungpipattanapong, 2015) ที่พบว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 14 องค์ประกอบได้แก่

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น และเป็นของดั้งเดิม มีคุณภาพมากกว่าการฉาบฉวย มุ่งเน้นการสร้าง ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้และประสบการณ์ มีการกำหนดการใช้เขตพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวและช่วงเวลา ในการเข้าถึง หรือปฏิทินการท่องเที่ยวที่ชัดเจน มุ่งเน้นการอนุรักษ์มากกว่าการทำลาย มีแนวทางการใช้พลังงานอย่างประหยัด หรือการใช้พลังงานทางเลือก มีการจัดระบบของเสีย มีการกำหนดกฎระเบียบไว้ชัดเจน เพื่อรักษาวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม โดยแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว

2) กิจกรรมสร้างสรรค์ หมายถึง กิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับการแหล่งท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมของพื้นที่จริง ๆ ที่ไม่ได้จัดสร้าง หรือ จัดฉากขึ้น โดยต้องเป็นกิจกรรมที่ได้รับการยอมรับจากคนในท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ทั้งในด้านวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายเพื่อสร้างประสบการณ์ ทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการเรียนรู้ ลงมือปฏิบัติกิจกรรมสร้างสรรค์ มุ่งเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างนักท่องเที่ยว และคนในชุมชน ดังนั้นเพื่อในบรรลุเป้าหมาย กิจกรรมดังกล่าวควรเน้นที่คุณภาพมากกว่าปริมาณ หรือจำนวนนักท่องเที่ยว ควรมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม และระยะเวลาที่เหมาะสม ในการจัดกิจกรรม

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล และการเรียนรู้ หมายถึง การจัดการองค์ความรู้ ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชนอย่างเป็นระบบ มีการเก็บรวบรวมรักษาความรู้ชุมชน เป็นเอกสาร รูปภาพ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สืบทอดให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้ การจัดการความรู้ต้องเกิดจากความต้องการของคนในชุมชน โดยสามารถอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการจัดเก็บ ผลลัพธ์ที่ได้จากการจัดการความรู้ คือ คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิถีชีวิต หรือกิจกรรมที่น่าสนใจ เกิดความภาคภูมิใจ ในคุณค่าของชุมชน สามารถถ่ายทอด หรือส่งต่อองค์ความรู้ที่ถูกต้องและไม่บิดเบือน เชื่อมโยงเรื่องราวของท้องถิ่น ที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว ถือเป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยว นอกจากการจัดการองค์ความรู้แล้ว ชุมชนควรมีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้กลับมาทบทวน และพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวต่อไป

4) ชุมชนสร้างสรรค์ หมายถึง ดำเนินการและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนโดยชุมชนเป็นหลัก โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม อย่างเป็นประชาธิปไตยเพื่อการเข้าถึงประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน เปิดโอกาสให้ทุกคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผนจัดการด้านการท่องเที่ยว วางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ เป็นฝ่ายอย่างเป็นระบบ มีการจัดประชุมเป็นประจำหลังจากรับค่านักท่องเที่ยว หรืออย่างน้อยควรมีการประชุมเดือนละครั้ง เพื่อเป็นการรับทราบถึงข้อมูลข่าวสาร และการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น เพื่อให้ทราบถึงปัญหา หรือสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการนึกถึงประโยชน์โดยรวมของชุมชนมากกว่าประโยชน์ของตน ไม่ว่าจะเป็นกระจายรายได้



การทำงาน การส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี การเข้าถึงหรือการได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้เกิดความร่วมมือของสมาชิก

5) **ผู้ประกอบการ** หมายถึง ในพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงการคิดค้นผลิตภัณฑ์ ที่มาจากวัตถุดิบ และภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่น ตลอดจนมีการส่งเสริมให้ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ในชุมชน

6) **นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะ และความต้องการเฉพาะที่ต้องการเรียนรู้ การรับประสบการณ์ใหม่ และการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน มีความเต็มใจ ไม่เรียกร้องต่อความสะดวกสบาย หรือกิจกรรมที่ขัดต่อวิถีชีวิตของชุมชน ไม่ตักตวงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวจนส่งผลกระทบต่อหรือสร้างความเสียหายให้กับชุมชน

7) **ศูนย์ข้อมูล/กลุ่ม** หมายถึง การจัดระบบงาน ประกอบด้วย การมีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยมีข้อตกลงหรือระเบียบเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน และการจัดรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชน การประสานการดำเนินงานทั่วไป และการให้บริการกับนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดจำหน่ายของที่ระลึก โดยมีสื่อที่หลากหลาย มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ในระดับท้องถิ่น หรือระดับประเทศ มีแผนที่ หรือข้อมูลการเดินทางที่เข้าถึงชุมชนได้ชัดเจน

8) **การบริการ** หมายถึง การเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นมิตรไมตรี ทักทาย ยิ้มแย้ม แจ่มใส บริการต้อนรับทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และเสมอต้นเสมอปลาย สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว การให้บริการมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะได้มาตรฐาน และราคาที่เป็นธรรม

9) **บุคลากร** หมายถึง การยกย่องให้เกียรติครูภูมิปัญญา หรือบุคคลตัวอย่างของชุมชน ส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและเป็นคนรักความในท้องถิ่นได้ อบรมให้ความรู้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

10) **ความปลอดภัย/โปร่งใส** หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวควรเกิดจากการตกลงร่วมกันของสมาชิกของชุมชน ผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว กำหนดข้อตกลงของการท่องเที่ยว กำหนดบทลงโทษหากมีการละเมิดข้อตกลงดังกล่าว มีการจัดทำระบบบัญชี และการเงินที่ชัดเจนสามารถตรวจสอบได้ กำหนดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีคำแนะนำ กฎกติกา ขอความร่วมมือ กำหนดบทลงโทษที่เข้มงวดสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการเตรียมอุปกรณ์เพื่อรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

11) **สิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง อาหาร ที่พัก คมนาคม ป้ายบอกทางต่าง ๆ ไฟฟ้าส่องสว่าง ห้องน้ำถูกสุขลักษณะ จุฬารวมพล

12) **สื่อสาร** หมายถึง การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญเพราะการจะให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ขึ้นได้นั้น จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยว

13) **ภาคีเครือข่าย** หมายถึง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว ในการสนับสนุนการให้ความรู้ ความเข้าใจ งบประมาณ หรือการช่วยพัฒนาการตลาด ประชาสัมพันธ์ โดยช่วยเหลือและดำเนินการไปในทิศทางตามความต้องการของชุมชนเป็นหลัก และ

14) **เทคโนโลยี** หมายถึง นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน หรือ ติดต่อสื่อสารกันภายในชุมชนเอง และนำมาใช้พัฒนาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การวางแผนการท่องเที่ยว



ข้อเสนอแนะ

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยว ควรนำหลักการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี ไปทดลองใช้จริงกับชุมชนที่มีความต้องการในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาผลของการใช้รูปแบบดังกล่าว ในมิติในด้านการพัฒนาชุมชนทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

References

- Aneksuk, B. (2017). Slow Travel: A Concept Survey. *Humanity and Social Science Journal*, 8(1), 26-47 (In Thai).
- Department of Tourism. (2018). *Tourism Development Strategic Plan 2018-2021 of the Tourism Group*. Bangkok: VIP COPY PRINT (In Thai).
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2018). *eating Creative Tourism Toolkit*. Bangkok: BookPlus Publishing Co., Ltd (In Thai).
- Edmonds, W. A., & Kennedy, T. D. (2017). *An Applied Guide to Research Designs* (2nd ed.). C&M Digitals: Nova Southeastern University.
- Guengtragoon, S., & Mongkhonsrisawan, S. (n.d.). The Community Based Creative Tourism and Culture: A Case Study of Hong Moon Mung KhonKean City Museum, KhonKaen Province. *Dhammathas Academic Journal*, 19(1), 45-54 (In Thai).
- Jirawisithaporn, P. (2019). Phuket, the City of Educational Creativity. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 15(1), 128-156. (In Thai).
- Luangchandang, F., & Panyawadi, W. (2018). Development of Sustainable Creative Indicators for Community Based Tourism. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)*, 8(1), 79-104 (In Thai).
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253.
- Rungpipattanapong, S. (2015). Components Of Sustainability For Creative Tourism: The Case Study Of Amphawa Community, Samutsongkarm Province. *Journal of Liberal Arts Ubon Ratchathani University*, 11(2), 53-67 (In Thai).
- Samukkethum, S. (2021). Glenn Laverack's Approach to Community Empowerment. *Journal of Social Work, Thammasat University*, 29(1), 1-28 (In Thai).
- Singhapat, S. (2016). Creative Cultural Tourism: Additional Revenue Activities for Phutai's Ban Phon Community in Kalasin Province. *Burapha Journal of Political Economy, Burapha University*, 5(1), 53-67 (In Thai).