

การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



นางสาวกนกพร ศิริโรจน์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PROPOSED GUIDELINES FOR PROMOTING COMMUNITY LEARNING TO DEVELOP  
CREATIVE TOURISM

Miss Kanokporn Siriroj



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Development Education  
Department of Educational Policy Management and Leadership  
Faculty of Education  
Chulalongkorn University  
Academic Year 2014  
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
โดย	นางสาวกนกพร ศิริโรจน์
สาขาวิชา	พัฒนศึกษา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร. อุบลวรรณ หงษ์วิทยากร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	อาจารย์ ดร. ละเอียด ศิลาน้อย

---

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาคุษฎีบัณฑิต

..... คณบดีคณะครุศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร. บัญชา ชลาภิรมย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชื่นชนก โควินท์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(อาจารย์ ดร. อุบลวรรณ หงษ์วิทยากร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
(อาจารย์ ดร. ละเอียด ศิลาน้อย)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เฟื่องอรุณ ปรีดีติติก)

..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร. พรทิพย์ อันทิวโรทัย)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดร.ชณี เอ็มพันธุ์)

กนกพร ศิริโรจน์ : การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (PROPOSED GUIDELINES FOR PROMOTING COMMUNITY LEARNING TO DEVELOP CREATIVE TOURISM) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อ. ดร. อุบลวรรณ หงษ์วิทยากร, อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม: อ. ดร. ละเอียด ศิลาน้อย, 140 หน้า.

No data found



ภาควิชา	นโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา	ลายมือชื่อนิสิต .....
สาขาวิชา	พัฒนศึกษา	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....
ปีการศึกษา	2557	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม .....

# # 5284201227 : MAJOR DEVELOPMENT EDUCATION

KEYWORDS:

KANOKPORN SIRIROJ: PROPOSED GUIDELINES FOR PROMOTING COMMUNITY LEARNING TO DEVELOP CREATIVE TOURISM. ADVISOR: UBONWAN HONGWITYAKORN, Ph.D., CO-ADVISOR: LA-IARD SILANOI, Ph.D., 140 pp.

No data found



Department: Educational Policy  
 Management and  
 Leadership

Student's Signature .....

Advisor's Signature .....

Co-Advisor's Signature .....

Field of Study: Development Education

Academic Year: 2014

กิตติกรรมประกาศ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย .....	6
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
ขอบเขตการวิจัย .....	7
คำจำกัดความในงานวิจัย .....	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	9
บทที่2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	14
ความหมายการท่องเที่ยว.....	14
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	16
ความหมายของนักท่องเที่ยว.....	17
คุณลักษณะเฉพาะของผลผลิตการท่องเที่ยว.....	21
ประเภทหรือรูปแบบของการท่องเที่ยว .....	23
ความสำคัญของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	24
ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	26
2.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	26

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	30
2.2 กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวในมิติอุปทานเชื่อมโยงสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันนำไปสู่การตลาดอย่างยั่งยืน .....	34
ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ในบริบทของชุมชน.....	42
3.1 แนวคิดการเรียนรู้.....	42
3.2 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน .....	45
3.3 องค์ประกอบหรือกลไกที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน .....	46
3.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน.....	51
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทฤษฎีทางสังคมวิทยา: แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism).....	52
4.1 แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism).....	53
4.2 ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ตามแนวคิดของทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons: 1902-1979).....	55
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) .....	60
ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	63
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	68
1.1 วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research).....	71
1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	75
1.3 วิธีการเก็บข้อมูล การรวบรวมข้อมูล .....	78
1.4 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล .....	78
1.5 การวิเคราะห์และประมวลผล .....	78
2.1 การศึกษาภาคสนามลงพื้นที่.....	80
2.2 การคัดเลือกพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา .....	81



2.3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	81
บทที่ 4 คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน .....	84
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง .....	84
1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ .....	84
1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	85
1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	85
1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ .....	87
1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง.....	87
1.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาของประสบการณ์การทำงาน .....	88
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน.....	88
2.1 ประเด็น “ด้านการดำเนินงานจัดการ” .....	91
2.2 ประเด็น “ทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ” .....	92
2.3 ประเด็น “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” .....	97
2.4 ประเด็น “ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยว และเจ้าบ้าน” .....	99
หลักการจัดกิจกรรม ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....	113
รายการอ้างอิง .....	138
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	140

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	20
ตารางที่ 2:2-1 ตารางแสดงคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ .....	39
ตารางที่ 3:2-2 ตารางแสดงความยั่งยืนตามหลักการ "ความยั่งยืน 5 ประการ" ของ UNWTO.....	44
ตารางที่ 4: 3-1 วิธีดำเนินการวิจัย .....	79



## บทที่ 1

### บทนำ

#### คำจำกัดความในงานวิจัย

(1) **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน** หมายถึง การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นได้

(2) **คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน** หมายถึง คุณลักษณะตามองค์ประกอบ 3 ประการของนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) ที่ประกอบด้วย 1.การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน 2. การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ 3. ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน

(3) **การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง การเรียนรู้ของชุมชนในสามองค์ประกอบ คือ องค์ความรู้ วิธีการเรียนรู้ และแหล่งการเรียนรู้เพื่อพัฒนา เป็น “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ประกอบด้วย ประการที่หนึ่ง การเรียนรู้ของชุมชนในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึง “ความยั่งยืน” ประการที่สอง การเรียนรู้ของชุมชนในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ประการสุดท้าย คือ การเรียนรู้ของชุมชนในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน

(4) **แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** หมายถึง กลไกในการส่งเสริมการเรียนรู้ของบุคคล/กลุ่มบุคคลที่เป็นสมาชิกของชุมชนโดยเป็นผู้กระทำการขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ ประกอบด้วย การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน และ การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่นานาประเทศให้การยอมรับว่ามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและเป็นผลดีกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ทั้งส่งผลต่อเศรษฐกิจโลกในภาพรวม ประเทศไทยนับเป็นประเทศหนึ่งที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมปีละหลายแสนล้านบาท ทั้งนี้เพราะมีทรัพยากรท่องเที่ยวสวยงาม หลากหลายและมีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งความเป็นมิตรไมตรีของคนไทยซึ่งล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ อย่างมหาศาล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 1) จากการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยว 124 ประเทศ ของ World Economic Forum ในปีพ.ศ.2552 พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในลำดับที่ 39 โดยเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติและวัฒนธรรม ความคุ้มค่าด้านราคาและความดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555-2559, 2555: ออนไลน์) ซึ่งปัจจัยที่เป็นจุดแข็งทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สำคัญคือทรัพยากร ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและความมีอัธยาศัยไมตรีของคนไทย (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554: ออนไลน์) และจากรายงานของ World Economic Forum พบว่าในปีพ.ศ.2555 ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 ในอาเซียนรองจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งการจัดอันดับนี้วัดจากจุดแข็งเรื่องทรัพยากร ธรรมชาติ วัฒนธรรม ความปลอดภัย การสนับสนุนของรัฐบาล ความคุ้มค่า และปัจจัยอื่นที่สนับสนุนการท่องเที่ยว โดยประเทศไทยมีรายได้ด้านการท่องเที่ยวสูงสุดในอาเซียน (เดลินิวส์, 2555: ออนไลน์) และมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจัดอยู่ใน 50 อันดับแรกของประเทศทั่วโลก (ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556: ออนไลน์)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน (New Generation) เนื่องจากพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การท่องเที่ยวในยุคแรกเป็นการท่องเที่ยวชายทะเล (Beach Tourism) ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเปลี่ยนไปสู่ยุคที่สองคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ในลักษณะการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และทัวร์วัฒนธรรม และยุคที่สามหรือยุคปัจจุบันที่เป็นยุคการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เชื่อมโยงไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ อารมณ์ความรู้สึก สังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่หรือชุมชนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน ซึ่งทำให้พวกเขาารู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้นๆ (UNESCO : Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism

[Online], 2006) ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวหายากจุดหมายปลายทางที่สามารถพบปะพูดคุยกับคนในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้ซึมซับ ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และการมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรมความเป็นอยู่และผู้คนเจ้าของพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้นๆ และเป็นผลให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีความต้องการในรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ต้องการเรียนรู้มากขึ้น ให้ความสนใจมากกับการไปใช้ชีวิต หรือ มีประสบการณ์ร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และมองหาประสบการณ์ที่แท้จริง ฟังพอใจกับจุดหมายปลายทางที่แตกต่างไปและพักผ่อนขึ้น เป็นต้น (Pinar, 2010) สอดรับกับกระแสการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปที่ได้มีการทำวิจัยไว้ที่พบว่า นักท่องเที่ยวในอนาคตให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เพิ่มขึ้น ต้องการประสบการณ์ที่แท้จริงไม่ใช่การจัดฉากเพื่อการท่องเที่ยวเหมือนที่แล้มา การจรรายการนำเที่ยวควรมีความหลากหลายและจัดให้มีกิจกรรมทางด้านการเรียนรู้ให้มากขึ้น (วัลย์พร รัตระกูลไพบุลย์, 2551) โดยการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากงานวิจัยดังกล่าว เป็นการยืนยันถึงกระแสการท่องเที่ยวโลก ที่ประกอบด้วย 5 (E) และ 5 (S) โดย 5 (E) ประกอบด้วย (1) Entertainment (สนุกสนาน) (2) Excitement (ตื่นเต้น) (3) Education (การได้รับความรู้) (4) Environmentally Friendly (การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) (5) Electronic (E-Tourism) และ 5 (S) ประกอบด้วย (1) Security (ความมั่นคง) (2) Safety (ความปลอดภัย) (3) Sanitation (สุขอนามัย) (4) Service (การบริการ) (5) Satisfaction (ความพึงพอใจ) (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2553) ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลกระบุว่าการเดินทางท่องเที่ยวของประชากรโลกจะเน้นคุณภาพมากขึ้น กล่าวคือ เป็นการเดินทางที่เน้นการแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

แนวคิดเริ่มแรกของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เริ่มต้นจาก Crispin Raymond and Greg Richards ที่ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบเดิมๆ เริ่มเปลี่ยนแปลงไปทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น ต้องการการเรียนรู้ที่มากขึ้น ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ไม่ใช่เพียงแต่การซื้อสินค้าแต่ต้องการพัฒนาตนเองผ่านการฝึกทักษะผ่านวัฒนธรรมและกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ (Richards and Raymond, 2000) ทั้งนี้จากการประชุมสัมมนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประเทศนิวซีแลนด์ในปี พ.ศ. 2543 โดย Crispin Raymond and Greg Richards ได้อธิบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านบทความใน Atlas Newsletter เดือนพฤศจิกายน ปีพ.ศ. 2543 (Wurzburger and others, 2009) ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เสนอให้ผู้เดินทางมาเยี่ยมเยือนมีโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพของตนอย่างสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม/หลักสูตรและการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่จุดหมายปลายทางที่พวกเขาใช้วันหยุดพักผ่อนในเดินทางไปเยี่ยมเยือน และจากการประชุมขององค์การ

การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) เรื่อง “Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism” ที่เมืองซานตาเฟ มลรัฐนิวแม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 25-27 ตุลาคม พ.ศ.2549 (UNESCO [Online], 2006) ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้คำนิยามว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” คือการเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยง ด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ สิ่งที่สวยงาม ประเพณีที่สวยงาม หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา (UNESCO [Online], 2006) และในการประชุมในปี 2008 ที่เมืองซานตาเฟ มลรัฐนิวแม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกาปรับคำนิยาม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ สิ่งที่สวยงาม ประเพณีที่สวยงาม หรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ (Wurzburger, 2009)

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะในเรื่องวิถีการอยู่อาศัย การประกอบอาชีพ วัฒนธรรม อาหารการกิน ศิลปะหัตถกรรม และอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ผ่านการพูดคุยสนทนา และผ่านกิจกรรมทดลองปฏิบัติต่างๆ โดยการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนจะส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และความเข้าใจอันดีระหว่างชุมชนเจ้าของพื้นที่กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

หลายประเทศ ดำเนินการและส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกว่า 30 ประเทศทั่วโลกจัดให้มีโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ประชาไท, 2556: ออนไลน์) อาทิ นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย อังกฤษ อิตาลี สเปน บราซิล ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฯลฯ รวมถึงประเทศไทย และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นับเป็นยุทธศาสตร์สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนที่ต้องการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555-2559, 2555: ออนไลน์)

การท่องเที่ยวในประเทศไทยปัจจุบันมีหลายประเภท หลากหลายรูปแบบ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี การท่องเที่ยวในรูปแบบการผจญภัยและยังมีการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจพิเศษซึ่งก็จะมีรูปแบบย่อยๆ ของการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมความชอบและวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคน แต่ที่ผ่านมามีการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยว และ

รายได้จากการท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาตามมามากมาย และส่งผลกระทบต่อชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ด้านบวก คือเป็นการสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้ชุมชน ในทางกลับกันก็เกิดผลกระทบด้านลบ คือ ส่งผลให้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามบางส่วนสูญหายไป อาทิ ความมีน้ำใจ อหิยาศัยไมตรีอันดีงาม รอยยิ้มก็เลือนหายไปถูกแทนที่ด้วยเงินและผลประโยชน์ ในทรรศนะของศาสตราจารย์ระพี สาคริก ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นผลกระทบด้านวัฒนธรรมมากที่สุด เพราะเหตุว่า “การสูญเสียวัฒนธรรมย่อมนำมาซึ่งความล่มสลายของท้องถิ่นแม้เป็นประเทศชาติก็เช่นกัน...” (ระพี สาคริก, 2550: ออนไลน์) อาทิ กรณีศึกษาอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าจากการที่มีชาวต่างชาติและคนนอกพื้นที่มาท่องเที่ยวมาก แม้สภาพทางเศรษฐกิจจะดีขึ้นแต่ส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมอำเภอปาย คือ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาชีพ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไป เกิดแหล่งมั่วสุม มีเสียงดังจากแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน สร้างค่านิยมบริโภคสูง มีปัญหาการจราจรในเขตเมืองและมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมสำหรับด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ คือ มีปัญหาการบุกรุกพื้นที่สาธารณะหรือเขตอนุรักษ์ และเกิดปัญหาการเพิ่มของขยะในแหล่งท่องเที่ยว (วรลักษณ์ จรรย์รักษ์และคณะ, 2551) และเนื่องด้วยการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวทำให้การท่องเที่ยวที่ผ่านมานักท่องเที่ยวและชุมชนขาดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน กิจกรรมการท่องเที่ยวก็ไม่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรมอย่างแท้จริงมากนัก อาทิ การศึกษาเกี่ยวกับตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งถือว่าเป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวน้ำดั้งเดิม พบว่า จุดแข็งของ “ตลาดน้ำอัมพวา” คือ มีคุณค่า น่าเรียนรู้ มากกว่าที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป แต่ชุมชนยังขาดความชัดเจนและการขาดระบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ชุมชนจึงต้องมีความชัดเจนในเรื่องทิศทางการจัดการและจัดให้มีการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมและสัมผัสจิตวิญญาณและวิถีชีวิตชาวน้ำอย่างแท้จริง (ศุภธนุช วิริยะพิณิช, 2553)

แม้ที่ผ่านมามีชุมชนหลายแห่งที่ปรับตัวเองเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ก็ยังมีไม่น้อยที่ยังคงประสบปัญหาอยู่ เพราะแต่ละชุมชนจะมีแนวทางทางการจัดการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปซึ่งขึ้นอยู่กับมุมมองของชุมชนแต่ละแห่ง สอดคล้องกับเพชรศรี นนท์ศิริ (2550) อธิบายว่า การบริหารการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังประสบปัญหาข้อจำกัดในหลายด้าน เช่น ความสามารถในการบริหารจัดการ ความไม่มีจุดยืนหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการจัดการท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบที่ตามมา เช่น ค่านิยมและวิถีชีวิตชาวบ้านที่เปลี่ยนแปลงไป เกิดความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ในชุมชน มีการรบกวนระบบนิเวศธรรมชาติ สูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ทั้งการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทของไทยมักประสบปัญหา ด้านการจัดการและการเข้าถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว (เพชรศรี นนท์ศิริ, 2550) ขาดการสร้าง ความแตกต่าง เกิดการลอกเลียนแบบไม่

คำนึงถึง วัฒนธรรม เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของตนเอง การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้แหล่งที่อยู่อาศัยมีการเปลี่ยนแปลงเป็นลักษณะเชิงพาณิชย์มากกว่าที่อยู่อาศัยแบบเดิมหรือวิถีชีวิตเดิม ทำให้ขาดเสน่ห์ทางวัฒนธรรมลงไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

แต่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นับเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีแนวคิดชัดเจน มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่างๆ ในชุมชน ในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยมและในรูปแบบความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555: ออนไลน์) (องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2554: ออนไลน์)

ถ้าวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามหลักเศรษฐศาสตร์ ความต้องการในประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้และมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวก็คืออุปสงค์ ในส่วนของชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางนักท่องเที่ยวก็คืออุปทาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องคำนึงถึงภาคอุปสงค์และอุปทานไปพร้อมกันนั่นคือ ต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองไปเยี่ยมชมมากขึ้น ชุมชนก็ต้องหาวิธีนำเสนอและสร้างโอกาสให้ผู้มาเยือนได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของสถานที่หรือชุมชนที่ไปเยือนโดยตรง ขณะเดียวกันต้องมีการให้การสนับสนุนชุมชนเพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตนเอง พร้อมสรรหาวิธีการในการนำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชนให้มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยการเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เป็นเพียงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนเพียงแค่อิ่มอร่อยแล้วจากไป จึงจะนับเป็นการช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

ทั้งนี้การที่ชุมชนมีวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ นำเสนอสิ่งที่มีอยู่จริงในพื้นที่ให้โดดเด่นเป็นที่รู้จัก สร้างคุณค่าของภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของพื้นที่ให้มีความน่าสนใจ นับเป็นแนวคิดในเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด จึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงนับเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่สอดรับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งถือว่าเป็น กลยุทธ์การทำตลาดแนวใหม่ด้านอุปทานที่เป็นการเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยว การดำเนินการทางการตลาดในแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)” ถือเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจแนวใหม่โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคุณค่า/มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นข้อได้เปรียบสำหรับประเทศไทยที่มีทุนทาง



วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีความหลากหลาย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจโลกของ UNCTAD (The United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD) โดยใน พ.ศ.2553 ได้ระบุให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกลไกหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั่วโลก (Creative economy report 2010: 20) ด้วยการทำหน้าที่เป็นส่วนเชื่อมโยงสินค้าและบริการโดยผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ ให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะ, 2553) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงนับเป็นเครื่องมือหนึ่งของการนำ “ทุน” มาบวกกับ “ความคิดสร้างสรรค์” ผสานเข้ากับ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” และ “ทักษะเฉพาะตัว” เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ยูวดี นิรัตน์ตระกูล, 2551) (eTAT tourism journal, 2551: ออนไลน์) ใน พ.ศ.2556 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) หน่วยงานหลักในการส่งเสริมนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึงความยั่งยืน ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดไป

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นับเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีแนวคิดชัดเจน สร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนและเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้ชุมชนตระหนักในการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตหรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ให้คงอยู่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าบ้านหรือคนในพื้นที่ซึ่งเป็นแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจทำวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนจะเป็นไปตามแนวคิดการเรียนรู้ของชุมชนที่ประกอบด้วย เนื้อหาหรือองค์ความรู้ วิธีการเรียนรู้ และแหล่งการเรียนรู้

### คำถามการวิจัย

1. คุณลักษณะตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเป็นอย่างไร
2. สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างไร
3. แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

2. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ทำการศึกษาเป็นพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามประกาศของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ไทยครีเอทีฟทัวร์ิซึม, 2556: ออนไลน์) จำนวนรวม 57 ชุมชน/พื้นที่ จากนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่คัดเลือกชุมชนที่มีพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดีเด่น 20 ชุมชน และแบ่งตามรายภาค 4 ภูมิภาค โดยใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มตามลักษณะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์การจัดทำบัญชีแหล่งท่องเที่ยวตามรายภาคของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry Of Tourism & Sport) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: 2556, ออนไลน์) และใช้เกณฑ์ชุมชนที่ได้รับรางวัลกินรีตามโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการคัดเลือกชุมชนเพื่อเป็นกรณีศึกษา 4 แห่ง แต่เนื่องจากชุมชนที่ได้รับรางวัลกินรีมี 5 แห่ง โดยภาคเหนือ มี 2 แห่ง จึงทำการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลาก เลือกได้ 1 แห่ง คือ ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ภูมิภาคอื่นๆ มีอย่างละแห่ง คือ ภาคกลาง ได้แก่ ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ภาคใต้ ได้แก่ ชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ รวมทั้งสิ้น 4 ชุมชน

#### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จำแนกเป็น 3 ส่วน คือ เนื้อหาส่วนที่หนึ่งคือ การศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนและเนื้อหาส่วนที่สอง คือ การวิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเนื้อหาในส่วนนี้เป็นเนื้อหาที่ต่อเนื่องจากเนื้อหาในส่วนที่หนึ่ง โดยการวิเคราะห์การเรียนรู้ของชุมชน/พื้นที่ที่ใช้เป็นกรณีศึกษาว่าชุมชนต้องเรียนรู้องค์ความรู้ใดหรือเนื้อหาใด ด้วยวิธีการเรียนรู้ใด จากแหล่งเรียนรู้หรือฐานการเรียนรู้ใด จึงมีคุณลักษณะของชุมชนตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยองค์ประกอบสามประการคือ ประการที่หนึ่ง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึง “ความยั่งยืน”

ประการที่สอง คือ การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ /อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ประการที่สาม คือ ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน

เนื้อหาส่วนที่สอง การวิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื้อหาในส่วนนี้เป็นเนื้อหาที่ต่อเนื่องจากในส่วนที่หนึ่ง โดยการวิเคราะห์การเรียนรู้ของชุมชนหรือพื้นที่ที่ใช้เป็นกรณีศึกษาว่า ชุมชนจะต้องเรียนรู้ องค์ความรู้ / เนื้อหาใด ด้วยวิธีการเรียนรู้ใด จากแหล่งเรียนรู้หรือฐานการเรียนรู้ใด จึงมีคุณลักษณะของชุมชนตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยสามประการ คือ ประการแรก การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน ประการที่สอง คือ การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ ประการสุดท้าย คือ ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน

เนื้อหาส่วนที่สาม การนำเสนอแนวทางการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 ชุมชนโดยใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง หน้าที่ของทศคอตต์ พาร์สัน ในการวิเคราะห์ที่ประกอบด้วย ผู้กระทำการ (ผู้กระทำการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่) การปรับตัว การมีเป้าหมายร่วมกันคือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การบูรณาการ และการรักษาแบบแผนเพื่อร่วมอธิบายในภาพรวมทั้งหมดในการศึกษาแนวทางการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยฉบับนี้

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) หน่วยงานหลักในการนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึงความยั่งยืน ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดไป โดยอธิบายว่า นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีความผูกพันที่ดีระหว่างกัน นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งนี้ ความหมายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาครอบคลุมการให้นิยาม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” จากหลายแหล่งก่อนหน้า แสดงดังตาราง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

บุคคล /หน่วยงาน /งานวิจัย	นิยาม“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”	คำสำคัญ / องค์ประกอบ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
Crispin and Raymond ผู้ริเริ่มแนวคิด (พ.ศ.2543) (Richards and Raymond, 2000: 18)	เป็นการท่องเที่ยวที่เสนอให้ผู้เดินทางมาเยี่ยมเยือนมีโอกาสที่จะพัฒนาความสามารถอย่างสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม/หลักสูตรและการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่หลากหลายจากการใช้วันหยุดพักผ่อนในจุดหมายปลายทางที่พวกเขาเดินทางไปเยี่ยมเยือน	- การมีส่วนร่วม - กิจกรรม / หลักสูตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวพัฒนาความสามารถอย่างสร้างสรรค์ - การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์
UNESCO(พ.ศ.2551) (อ้างถึงใน Wurzburger and others, 2009: 17)	การท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่”	- ความผูกพัน - ประสบการณ์ที่แท้จริง - มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ - ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม - คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่
สำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษาศึกษาวิจัยระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (พ.ศ.2553)	จากรายงานการวิจัยที่วิเคราะห์บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่อธิบายว่าจุดสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือการมีแนวคิดที่สามารถแปรรูปเป็นสินค้าหรือบริการที่สร้างมูลค่า/คุณค่าให้กับระบบเศรษฐกิจได้ สำหรับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อธิบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า คือการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม	มิติสถานที่ - เมืองและชุมชนเข้าใจในสิ่งแวดล้อมและชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เข้าใจในวัสดุสิ่งก่อสร้าง อาคารสถานที่และระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม-เอกลักษณ์อัตลักษณ์ มิติการปฏิสัมพันธ์ - วัฒนธรรมที่มีชีวิต - ประสบการณ์แท้ มิติตัวกลาง - ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในสถานที่นั้นๆ / เจ้าของวัฒนธรรม - การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) และ คณะ สัง ค ม วิ ท ย า และ มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัย	การท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่าง	เชิงพื้นที่ - ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ - มีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนเจ้าของวัฒนธรรมเชิงกระบวนการ -

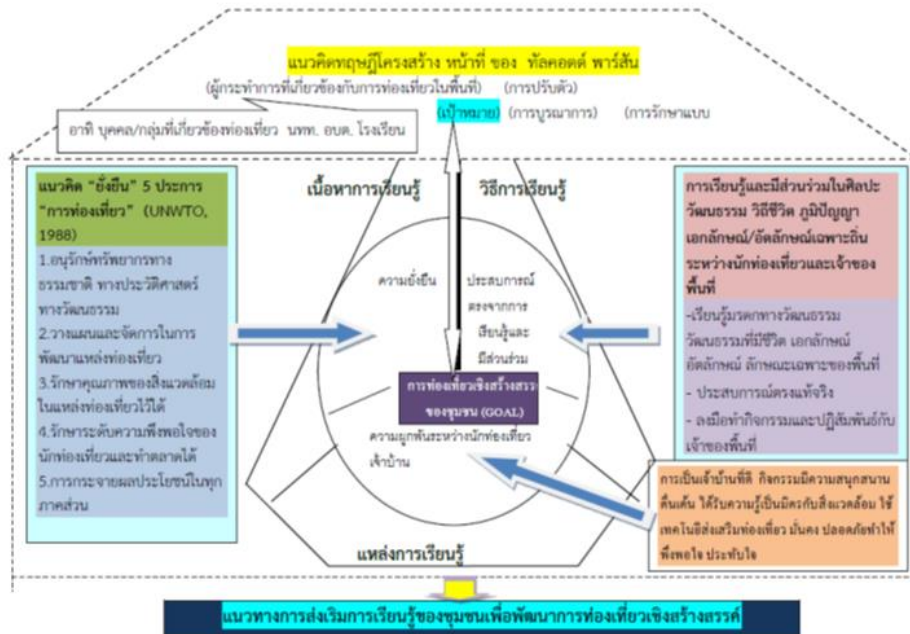
ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนประกอบด้วยองค์ประกอบที่หนึ่ง คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความ “ยั่งยืน” องค์ประกอบที่สอง คือประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเอกลักษณ์/อัตลักษณ์เฉพาะถิ่น องค์ประกอบที่สามคือ ความผูกพันที่ตีระหว่งนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยในองค์ประกอบที่หนึ่ง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความ “ยั่งยืน” แนวคิดหลักการความยั่งยืนของการท่องเที่ยว 5 ประการ ของ UNWTO (World Tourism Organization, 1998: 20-22) ที่ประกอบด้วย (1) การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม และ

ทรัพยากรอื่นๆ ในการท่องเที่ยวไว้เพื่อ ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต (2) การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสังคม วัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว (3) การที่คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ (4) ความสามารถในการรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นยังสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้และสามารถทำการตลาดต่อไปได้ (5) ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะ ต้องกระจายไปในทุกภาคส่วนสำหรับองค์ประกอบที่สองและ องค์ประกอบที่สาม คือ การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเอกลักษณ์/ อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ และความผูกพันที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยว และเจ้าบ้าน ผู้วิจัยก็ได้ใช้ข้อมูลจากเอกสาร บทความ งานวิจัยเพื่อใช้เป็นตัวแปรสำคัญใน แบบสอบถาม โดยได้ใช้แนวคิดหลักคือ แนวคิดการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และแนวคิดกระแสการท่องเที่ยว โลก 5 (E) และ 5 (S) โดย 5 (E) คือ (1) Entertainment (สนุกสนาน) (2) Excitement (ตื่นเต้น) (3) Education (การได้รับความรู้) (4) Environmentally Friendly (การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) (5) Electronic (E-Tourism) และ 5 (S) คือ (1) Security (ความมั่นคง) (2) Safety (ความปลอดภัย) (3) Sanitation (สุขอนามัย) (4) Service (การบริการ) (5) Satisfaction (ความพึงพอใจ) (เทิดชาย ช่วย บำรุง, 2553) รวมทั้งศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงอื่นๆจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นเป็นเป้าหมายหลัก ของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตาม นิยามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ให้ไว้ ซึ่งมีความหมายครอบคลุมการให้นิยาม “ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากหลายแหล่ง ดังกล่าวแล้ว โดยงานวิจัยฉบับนี้ ต้องการศึกษานโยบาย ส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง คือ เพื่อศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับชุมชน/หรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เมื่อทราบคุณลักษณะ ดังกล่าวแล้วก็ศึกษาต่อว่าการที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องเรียนรู้จะไร อย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการเรียนรู้ของชุมชน เป็นแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูล เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าการเรียนรู้ของชุมชนประกอบด้วย (1) เนื้อหาการเรียนรู้ / องค์ความรู้ (2) วิธีการเรียนรู้ (3) แหล่ง การเรียนรู้ และผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 ชุมชน โดยใช้แนวคิดทฤษฎี วิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง หน้าที่ ของ ทัลคอตต์ พาร์สัน ที่ประกอบด้วย ผู้กระทำการ (ผู้กระทำการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ บุคคล/กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว, อบต. โรงเรียน ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในพื้นที่ตอนที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษา) การปรับตัว การมีเป้าหมายร่วมกันคือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การบูรณาการ และการรักษาแบบแผน เพื่อ

ร่วมอธิบายในภาพรวมทั้งหมดเพื่อศึกษาแนวทางการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นชื่อเรื่องของงานวิจัยฉบับนี้ สรุปดังแผนภาพ

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**



**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ชุมชนสามารถนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางหรือประยุกต์ใช้เพื่อการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน
2. องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนรวมถึงภาคเอกชน สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นฐานข้อมูลเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยต่อไป
3. สถาบันการศึกษาสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนตามความเหมาะสม

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.1 องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวที่คำนึงถึง “ความยั่งยืน” ตามแนวคิด “หลักความยั่งยืน 5 ประการ” ขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ที่เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวที่คำนึงถึง “ความยั่งยืน”

2.2 กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวในมิติอุปทานเชื่อมโยงสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันนำไปสู่การตลาดอย่างยั่งยืน

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ในบริบทของชุมชน

3.1 แนวคิดการเรียนรู้

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน

3.3 องค์ประกอบหรือกลไกที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทฤษฎีทางสังคมวิทยา: แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism)

4.1 แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง – หน้าที่นิยม (Structural Functionalism)

4.2 ทฤษฎีโครงสร้าง – หน้าที่นิยม (Structural Functionalism)

ตามแนวคิดของทัลคอตต์ พาร์สัน (Talcott Parsons: 1902-1979)

4.3 การวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของทัลคอตต์ พาร์สัน (Talcott Parsons)

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเพราะการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวสวยงาม มีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งความเป็นมิตรไมตรีของคนไทยล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมาก บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548:1) กล่าวว่า เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดการกระจายรายได้เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะนำเงินไปใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าของท้องถิ่นทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้

ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นมีองค์การทางด้านการศึกษาและนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายความหมายไว้หลากหลาย อาทิ สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organizations: IUOTO) (อ้างถึงใน ธนภุต สังข์เฉย, 2550: 39) อธิบายไว้ในปี พ.ศ.2506 ว่า แต่ก็เป็นไปได้ในทิศทางเดียวกันคือ เป็นการเดินทางใดๆก็ตามที่เป็นไปโดยเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ ประการที่ 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ประการที่ 2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม และ ประการที่ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ (อ้างถึงใน ธนภุต สังข์เฉย, 2550: 39) ต่อมาปีพ.ศ. 2518 องค์การดังกล่าวได้เปลี่ยนชื่อเป็นองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) (1995: 1) เพื่อให้สามารถเปิดรับสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการเดินทางของบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวและพำนักอยู่ในสิ่งแวดล้อมอื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่พำนักอยู่เดิมของตน โดยพำนักอยู่ติดต่อกันไม่เกิน 1 ปี เพื่อการพักผ่อน ธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ในขณะที่สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism – IASET) (อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ก็ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าหมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวและไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้อธิบายความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ อาทิ นักวิชาการต่างประเทศ Holloway and Robinson (1995) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะเวลาสั้นๆ และทำกิจกรรมต่างๆระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร หรือพักผ่อนท่องเที่ยว ในขณะที่ James Mak (2004) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นการเคลื่อนย้ายของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่



อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีสิ่งจูงใจคือเพื่อให้ตนเองได้พักผ่อนหย่อนใจ ค้นหาความพึงพอใจ สนุกสนาน เพลิดเพลิน และเพื่อได้รับแรงกระตุ้นในการปรับปรุงตัวเองให้รู้สึกดีขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Goeldner and Ritchie (2009) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการ กิจกรรมและนำมาซึ่งประโยชน์ต่างๆที่เกิดขึ้นจากสัมพันธภาพและการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ธุรกิจและบริการต่างๆ รัฐบาลประเทศเจ้าภาพและชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้านรวมถึงสิ่งแวดล้อมต่างๆที่เสมือนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการดึงดูดใจในการต้อนรับที่อบอุ่นด้วยไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน สำหรับนักวิชาการไทยได้มีผู้ให้ความหมายการท่องเที่ยวไว้หลายท่าน อาทิ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา

ในขณะที่ธนภฤต สังข์เฉย (2550) อธิบายการท่องเที่ยว (Tourism) เพื่อให้เข้าใจง่ายๆ ว่าเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทางกิจกรรมการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 มาตรา 4 (อ้างถึงใน ฉันทข วรรณถนอม, 2552) ได้ให้ความหมายที่ครอบคลุมการท่องเที่ยว โดยให้ความหมายของคำว่า “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ตามคำจำกัดความไว้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง (1) ธุรกิจนำเที่ยว (2) ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว (3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศ (4) ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว (5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว (6) การดำเนิน งานนิทรรศการ การแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว

โดยสรุปการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นซึ่งก็คือจุดหมายปลายทางของการเดินทางนั้นเป็นการชั่วคราว ทั้งนี้ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจในการเดินทางของผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวเอง โดยการเดินทางนั้นจะเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายอื่นๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การพักผ่อน สนุกสนานเพลิดเพลิน เยี่ยมญาติเยี่ยมเพื่อน รักษาสุขภาพ การศึกษา ศาสนา ประชุมสัมมนาหรือติดต่อธุรกิจ เป็นต้น การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งเพราะประกอบด้วยโรงงาน ซึ่งหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว สินค้า หมายถึง สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เช่น การบริการ การอำนวยความสะดวกทำให้ลูกค้าซึ่งก็หมายถึงนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการพึงพอใจประทับใจแล้วกลับมาซื้อบริการซ้ำหรือท่องเที่ยวซ้ำ โดยผู้ได้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวจะได้รับความพึงพอใจประทับใจ ในขณะที่ผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะได้รับผลตอบแทนเป็นเงิน ซึ่ง

สร้างรายได้และการเติบโตให้แก่ธุรกิจ ในส่วนของการขนส่งของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะหมายถึงการเดินทางซึ่งนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการต้องเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเอง

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวหรือส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบและนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ อาทิ จากรายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคม และเศรษฐกิจ ที่ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ (1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวหรืออุปทานทางการท่องเที่ยว (tourism supply) (2) บริการการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ

ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ และ (3) ตลาดการท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ในขณะนี้นักวิชาการ บุญเลิศ จิตต์งวัฒนา (2548: 39) อธิบายว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญมี 4 องค์ประกอบคือ (1) ทรัพยากรท่องเที่ยว (2) การตลาดท่องเที่ยว (3) นักท่องเที่ยว และ (4) ธุรกิจท่องเที่ยว (Cruz, 2006: 3) ซึ่งสอดคล้องกับนิภา วราวนิชกุล (2550) ที่อธิบายว่าองค์ประกอบที่ทำให้การท่องเที่ยวสมบูรณ์ ประกอบด้วย (1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรสำคัญ และจัดเป็นอุปทานทางการท่องเที่ยว (2) บริการการท่องเที่ยว หมายถึงกิจกรรมการบริการที่เสนอให้นักท่องเที่ยวนับเป็นอุปทานอย่างหนึ่ง และ (3) ตลาดการท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยว ที่แสดงออกถึงอุปสงค์ (Tourism demand)

นอกจากนี้ ธนกุลต สัจจ์เฉย (2550) ได้แบ่งองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบใหญ่ๆ 2 องค์ประกอบคือ (1) องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว และธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (2) องค์ประกอบที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับ ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ที่อธิบายว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวหรือองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะต้องมียังน้อย 6 ประการคือ (1) นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (2) สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (3) โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยว (4) องค์การภาครัฐ ซึ่งมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริม

กิจกรรมการท่องเที่ยวในทุกๆรูปแบบไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม (5) องค์กรภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจภาคบริการอันหลากหลาย เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก และ (6) เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว จะมีส่วนสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้โดยตรง

สรุปได้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) ตลาดการท่องเที่ยวหรืออุปสงค์ของนักท่องเที่ยว (2) ทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งนับเป็นอุปทานทางการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง รวมทั้งผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว หรือหมายถึงเจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่นผู้ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวและ (3) องค์กรที่สนับสนุนส่งเสริมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน

### ความหมายของนักท่องเที่ยว

ปีพ.ศ. 2480 องค์การสันนิบาตชาติ (Cruz, 2006) ได้ให้นิยามนักท่องเที่ยว (Tourists) ว่าคือผู้ที่เดินทางไปยังประเทศอื่นและพำนักอยู่อย่างน้อยที่สุด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน เพื่อครอบครัว เพื่อธุรกิจ การประชุมสัมมนาและบุคคลผู้เดินทางโดยเรือสำราญถึงแม้ว่าจะพำนักประเทศที่เดินทางไปเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และต่อมาในปี พ.ศ. 2511 (Coltman, 1989) การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยว (International Union of Official Travel Organizations: IUOTO) พิจารณาเห็นว่าการท่องเที่ยวมีความหมายที่กว้างขวาง จึงได้ให้นิยามใหม่ โดยให้ความหมายผู้มาเยี่ยมเยือน (Visitors) ว่า เป็นผู้ที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนประเทศใดประเทศหนึ่งและไม่เป็นไปเพื่อการหารายได้

ดังนั้นผู้มาเยือนจึงหมายถึงผู้ที่เดินทาง 2 ประเภท คือ (1) นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) ซึ่งหมายถึงผู้มาเยือนชั่วคราวและพำนักในประเทศ/ภูมิภาค/พื้นที่ ที่เดินทางมาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไปโดยพำนักมากกว่า 1 คืน ด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม อาทิ เพื่อธุรกิจ ประชุมสัมมนา เยี่ยมญาติ เยี่ยมเพื่อน รักษาสุขภาพ พักผ่อนวันหยุด นันทนาการ ทำศาสนกิจ การกีฬา การศึกษา ยกเว้นการประกอบอาชีพหรือเพื่อหารายได้ (2) นักทัศนาจรหรือนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) หมายถึงผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่เดินทางมาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่มี การพักค้างคืนหมายรวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับเรือสำราญ (Cruises Travelers) หรือเรือเดินสมุทร ซึ่งมาแวะพักชั่วคราวและไม่ได้พักค้างคืน ผู้มาเยือนที่เดินทางออกจากสถานที่นั้นภายในวันเดียว ผู้ที่เป็นลูกเรือ พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินหรือเรือโดยสาร ซึ่งมีได้มีถิ่นที่อยู่อาศัย ณ ประเทศหรือสถานที่นั้นและแวะพักเพียงชั่วคราว ในเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง แต่ไม่รวมถึง นักท่องเที่ยว

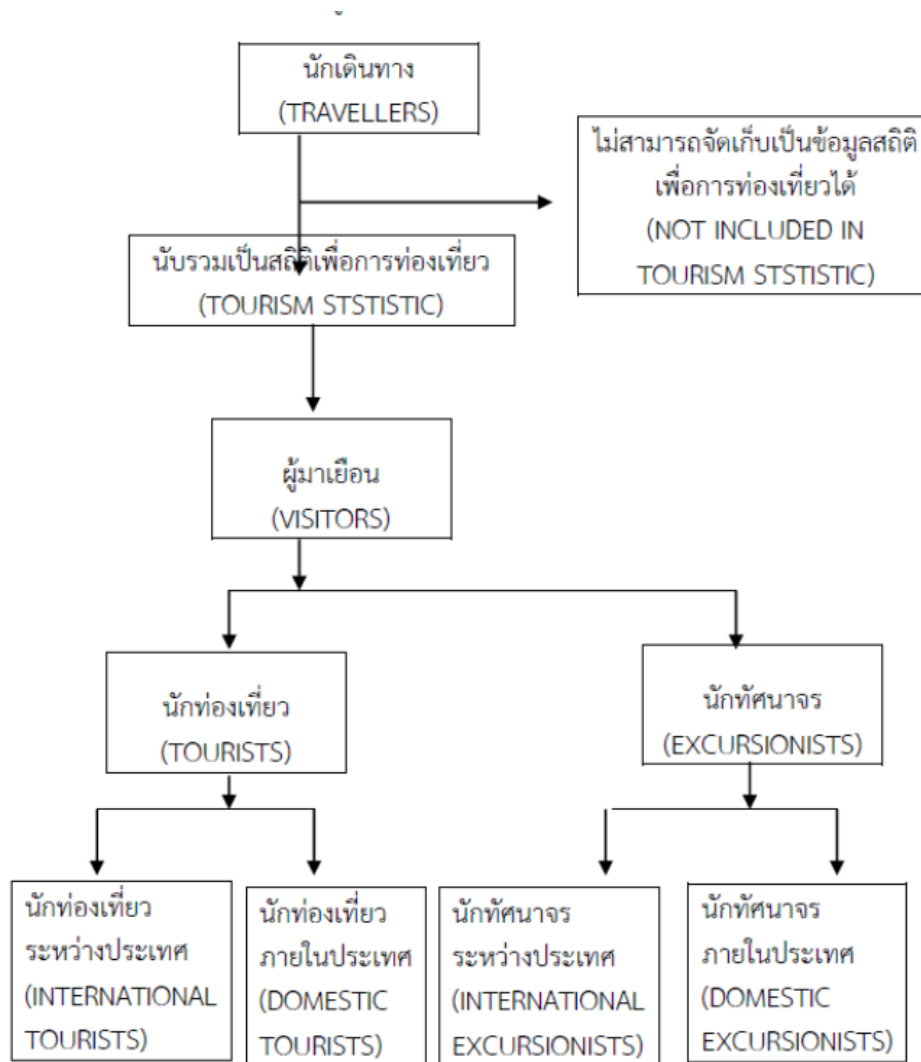
ที่เดินทางผ่าน (Transit) สอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ได้ให้คำนิยาม นักท่องเที่ยว (Tourists) ว่า หมายถึงผู้ที่เดินทางไปอื่นที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยปกติของตนเองและพำนักอยู่ที่นั่นติดต่อกันไม่เกิน 1 ปี เพื่อการพักผ่อน เพื่อธุรกิจ หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ (World Tourism Organization, 1995) และ จำแนกนักท่องเที่ยวไว้ 3 ลักษณะตามรูปแบบการเดินทาง คือ (1) การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) เป็นการเดินทางที่บุคคลเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่พวกเขาถือพำนักอยู่ (2) การเดินทางท่องเที่ยวขาเข้าประเทศ (Inbound Tourism) เป็นการเดินทางเข้ามาถึงของนักท่องเที่ยวที่มาจากอีกประเทศหนึ่ง (3) การเดินทางท่องเที่ยวขาออกจากประเทศ (Outbound Tourism) เป็นการเดินทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางออกจากประเทศที่ตนมีถิ่นพำนักอยู่ ไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆเพื่อการท่องเที่ยว (UNWTO, 1995)

นอกจากนี้ นิภา วราวนิชกุล (2550) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า คำที่ใช้เรียกนักท่องเที่ยวที่มีความหมายหลากหลายแตกต่างกันว่า นักเดินทาง (Travelers) หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนยังต่างถิ่น ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยตามปกติและด้วยเหตุผลที่มีใช้การดำรงชีพในถิ่นที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนปลายทาง (Destination) นักท่องเที่ยวตามความหมายนี้รวมผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้และผู้ที่ไม่สามารถเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (Immigrants) ผู้เร่ร่อน (Nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (Transit passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (Border workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ เช่น กลุ่มคณะทูตของประเทศต่างๆ ผู้แทนกงสุล และผู้แทนราชการ สำหรับผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนไม่ได้อาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใดๆก็ตาม ที่มีใช้ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

ทั้งนี้สามารถแบ่งผู้มาเยือน (Visitors) ออกเป็น 2 ประเภทดังนี้ โดยแบ่งผู้มาเยือนเป็น 2 ประเภท คือ (1) นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) หมายถึงผู้ที่เดินทางมาเยือนและพำนักอยู่ในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไปโดยใช้บริการ ณ สถานที่พักแรมแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นซึ่งจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International tourists) หมายถึงผู้เดินทางเข้ามาในประเทศและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1คืน) และนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic tourists) หมายถึงอาจเป็นคนในประเทศหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศใดก็ตามที่เดินทางมาจากที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจุดหมายอื่นหรือจังหวัดอื่น ระยะเวลาพำนักในจังหวัดนั้นๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1คืน) และ (2) นักทัศนาจรหรือนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day visitors) เดินทางมาเยือนชั่วคราวและเดินทางกลับที่เดิมไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่พักค้างคืน (ไม่ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น) โดยจำแนกเป็น นักทัศนาจรระหว่างประเทศ (International Excursionists) หมายถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางไปยังประเทศจุดหมาย เมื่อไปถึงแล้วก็เดินทางไปในประเทศนั้นแต่

กลับเข้ามาที่เดิมภายใน 24 ชั่วโมง และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Excursionists) หมายถึง นักท่องเที่ยวของประเทศนั้นที่เดินทางไปยังประเทศจุดหมาย เมื่อไปถึงแล้วก็เดินทางไปภายใน ประเทศนั้นแต่กลับเข้ามาที่เดิมภายใน 24 ชั่วโมง

สรุปนักท่องเที่ยวก็คือ ผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวโดยเดินทางด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ได้ตามที่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งสามารถจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) ที่เป็นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL TOURISTS) และนักท่องเที่ยวค้างคืนที่เป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (DOMESTIC TOURISTS) และนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืนหรือนักทัศนอาจร (Excursionists) ซึ่งประกอบด้วย นักทัศนอาจรระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL EXCURSIONISTS) และนักทัศนอาจรภายในประเทศ (DOMESTIC EXCURSIONISTS) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยว (Tourists) และนักทัศนอาจร (Excursionists) เป็นกลุ่มนักเดินทาง (Travelers) ที่ประเทศเจ้าภาพสามารถติดตามการเดินทางและจัดเก็บข้อมูลเป็นสถิติได้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในการวิเคราะห์เพื่อทราบความต้องการ และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดเป้าหมายโดยสามารถสรุปประเภทของนักท่องเที่ยวเป็นแผนภูมิภาพได้ดังนี้



CHULALONGKORN UNIVERSITY

แผนภาพที่ 1: 2-1 การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยว

ดังนั้นจึงสามารถสรุปภาพรวมได้ว่าองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวต่างๆทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (2) บริการท่องเที่ยว ประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งธุรกิจบริการที่ผลิตสินค้าและบริการที่หลากหลายตอบสนองความต้องการ การของนักท่องเที่ยว (3) ตลาดการท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 นี้จะเกี่ยวข้องกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนรวมทั้งคนในท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน ป้ายบอกทาง ความปลอดภัยด้านต่างๆ อีกทั้งข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ก็นับเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องได้รับการพัฒนาและความร่วมมือจากหลายฝ่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน คนในท้องถิ่นเพื่อให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืน

### คุณลักษณะเฉพาะของผลผลิตการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ผลผลิตทางการท่องเที่ยวจึงเน้นการให้บริการเป็นหลัก มีนักวิชาการได้อธิบายคุณลักษณะเฉพาะของผลผลิตการท่องเที่ยวไว้ อาทิ นิภา วธวานิชกุล (2550: 38-39) อธิบายว่า ผลผลิตทางการท่องเที่ยว (Tourists products) มีลักษณะแตกต่างจากผลผลิตของอุตสาหกรรมอื่นโดยผลผลิตทางการท่องเที่ยว มีคุณลักษณะดังนี้ (1) ให้บริการ (Services) มากกว่าจะเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ (Goods) เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ลูกค้าไม่สามารถนำกลับไปใช้ได้ เช่น การเช่าห้องพักในโรงแรม (2) ไม่สามารถตรวจสอบหรือสร้างความมั่นใจได้ก่อนซื้อ ตัวอย่าง เช่น การซื้อตั๋วเครื่องบิน ผู้ซื้อไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าบริการดีหรือไม่ จนกว่าจะขึ้นเครื่องบินไปแล้ว (3) การลงทุนมีลักษณะเก็งกำไรมากกว่าธุรกิจอื่น เพราะไม่มีสินค้าที่มีตัวตนขาย และไม่มีค่าน้ำหนักแน่นอนว่าลูกค้าจะมีปริมาณเท่าใด นอกจากนี้ยังมีลักษณะเป็นธุรกิจตามฤดูกาล (Seasonal business) ไม่สม่ำเสมอตลอดทั้งปี (4) สินค้าและบริการไม่มีลักษณะเป็นเอกภาพ โรงแรมเดียวกันอาจจะมียี่ห้อประเภทต่างๆเสนอขายแขก สายการบินมีที่นั่งหลายชั้น (5) ผู้ใช้บริการจะต้องไปใช้บริการ ณ สถานที่ให้บริการ ไม่มีการส่งถึงที่ ตัวอย่างเช่น ห้องพัก รายการทัวร์ หรือที่นั่งบนเครื่องบิน (6) อุปทานไม่สามารถตอบสนองอุปสงค์ได้ทันที เพราะมีขีดความสามารถในการรองรับจำกัด เช่น จำนวนห้องพักหรือที่นั่งบนเครื่องบิน เมื่อเต็มแล้วไม่สามารถรับผู้โดยสารได้อีก

สอดคล้องกับฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2554) ที่อธิบายสรุปลักษณะเฉพาะของสินค้าการท่องเที่ยวและลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ โดยอธิบายว่า **ลักษณะเฉพาะของสินค้าการท่องเที่ยว** คือ (1) สินค้ามีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้อง หรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้ เช่น การเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ลูกค้าจะซื้อจากจินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึกส่วนตัว และประสบการณ์ (2) สินค้ามีเอกลักษณ์ มีเฉพาะแบบเดียวไม่เหมือนใคร ทั้งสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ (Natural Attractions) หรือสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Attractions) ซึ่งอาจมีความคล้ายคลึงกันได้ แต่ผู้ขายก็ต้องเลือกสรรใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างในตัวสินค้าให้มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง และอยู่ในความนิยมของลูกค้าเพื่อรักษาตลาดไว้ (3) การผลิตและบริโภคสินค้าเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน เช่น การเดินทางโดยเครื่องบิน การเข้าพักในโรงแรม ลูกค้าจะสามารถบริโภคได้ในเวลาและสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น (4) กระบวนการซื้อขายสินค้าและการบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เช่น การซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package tour) ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องให้บริการตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนกลับถึงบ้าน หรือกลับมาจุดเริ่มต้นของการเดินทาง กระบวนการซื้อขายจึงสิ้นสุดลง เช่นเดียวกับการพักในโรงแรม ผู้ซื้อจะได้รับบริการตลอดเวลาการบริโภคสินค้านั้น (5) สินค้ามีลักษณะเน่าเสีย ถ้าลูกค้าไม่มาบริโภคหรือใช้บริการในเวลาที่กำหนด (6) สินค้าทางการท่องเที่ยวจะขายได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาล (7) การซื้อขายสินค้าการท่องเที่ยวมักเป็นการซื้อขายร่วมกันในคราวเดียวกันถึงแม้จะต่างเจ้าของกัน จึงต้องการความร่วมมือทางธุรกิจสูง และ **ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว** คือ (1) เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิด หรือตัวต่อตัว การให้บริการแบบใกล้ชิดจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจได้ทันที การให้บริการที่ดี ภูมิใจผู้รับบริการทำได้ยาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์และทัศนคติของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ผู้ผลิตในตลาดท่องเที่ยวจึงยากที่จะควบคุมคุณภาพของบริการให้คงที่ได้เสมอไป (2) การบริการท่องเที่ยวต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานานและพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง (3) การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็วและประสิทธิภาพของการให้บริการ (4) ใช้แรงงานคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใดๆ มาให้บริการแทน เครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้นัก งานบริการทำงานสะดวกและรวดเร็วขึ้นเท่านั้น

สรุปได้ว่า ลักษณะของสินค้าทางการท่องเที่ยวมีทั้งที่เป็นสินค้าที่จับต้องได้เช่น สินค้าของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง และสินค้าที่จับต้องไม่ได้ที่อยู่ในรูปการให้บริการต่าง เช่นที่นั่งบนเครื่องบิน ห้องพักรวม รายการนำเที่ยว เป็นต้น โดยส่วนใหญ่สินค้าทางการท่องเที่ยวจะเป็นสินค้าที่มีลักษณะนามธรรมคือจับต้องไม่ได้สัมผัสได้ด้วยความรู้สึก ใช้แรงงานคนในการให้บริการเป็นหลัก ทำให้การสร้างมาตรฐานและควบคุมคุณภาพการให้บริการทำได้ยากทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์และทัศนคติของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ กระบวนการซื้อขายสินค้าและบริการส่วนใหญ่เกิดขึ้นในคราวเดียวกันไม่



สามารถแยกจากกันได้ สินค้าบริการถึงแม้เป็นประเภทเดียวกันเจ้าของเดียวกัน แต่ก็มีหลายระดับให้ลูกค้าเลือก สินค้าบริการทางการท่องเที่ยวจะขายได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาลด้วย ถ้าเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวก็ขายสินค้าได้มาก และด้วยสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่สามารถตรวจสอบหรือสร้างความมั่นใจได้ก่อนซื้อ ผู้รับบริการจึงต้องจินตนาการ ค้นหาข้อมูล อาศัยการบอกเล่าประสบการณ์ก่อนตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ดังนั้นการบริการที่ดีสร้างความพึงพอใจ ประทับใจให้ผู้รับบริการจึงเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอขายสินค้าและบริการทาง การท่องเที่ยว

### ประเภทหรือรูปแบบของการท่องเที่ยว

ประเภทและรูปแบบการท่องเที่ยวได้มีนักวิชาการ รวมถึงองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรวมถึงได้ให้ความหมายไว้ อาทิ Peter (1969) (อ้างถึงในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (culture attractions) แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (traditional attractions) แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆของภูมิประเทศ (scenic attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (entertainment attractions) และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่มีลักษณะเฉพาะตัว (specific attractions) เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Goldner and Ritchie (2009: 214) ที่แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทหลัก คือ (1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) (2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attractions) (3) เทศกาล การจัดงานกิจกรรม (Events) (4) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreations) (5) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง (Entertainment Attractions) สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Nature Destinations) (2) แหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี (Historical, Archeological and Religious Destinations) และ (3) แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและประเพณี (Art, Culture and Traditional Destinations) สำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมมีความใกล้ชิดกันมากเมื่อพิจารณาถึงลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรอันเกิดจากการดำรงอยู่และวิถีชีวิตของมนุษย์ทั้งในอดีตและปัจจุบันซึ่งสามารถสะท้อนถึงลักษณะทางวัฒนธรรม ในบางกรณีจึงรวมแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Destination)

นอกจากนี้บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ได้เป็น 3 รูปแบบ คือ (1) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) (2) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุมและมีระยะเวลา 2-3 วันแรกให้ไปท่องเที่ยว (3) การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษ สามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบย่อย คือ

รูปแบบที่หนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) รูปแบบที่สอง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) รูปแบบที่สาม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) และรูปแบบสุดท้ายคือการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism)

กล่าวโดยสรุปได้ว่ารูปแบบหรือประเภทของการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ (1) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติหรือเชิงนิเวศเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเข้าไปเกี่ยวข้อง (2) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมหรือเชิงวัฒนธรรมรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณคดี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตที่บรรพบุรุษ ได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจพิเศษ ซึ่งก็จะมีรูปแบบย่อยๆของการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมความชอบและวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้ข้อมูลว่าทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้เพื่อสร้างสรรค์สินค้าให้กับการท่องเที่ยวสามารถจำแนกตามประเภทสินค้าได้ 2 แบบย่อยคือ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ competitiveness newsletters, 2554) ประกอบด้วย (1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกายภาพเป็นสินค้าหลัก จุดขายจะอยู่ที่ตัวแหล่งท่องเที่ยว คือ แหล่งโบราณสถานและประวัติศาสตร์ (2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นวิถีชีวิตและกิจกรรมเป็น สินค้าหลักจุดขาย คือ วิถีชีวิตและกิจกรรมที่มีอยู่ในชุมชนทั้งในชนบทและในเมือง

### ความสำคัญของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญหลายด้าน โดยมีหน่วยงานและนักวิชาการอธิบายไว้ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) อธิบายความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทยว่าประกอบด้วย 3 ด้าน คือ (1) ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ อาทิ การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศเข้าประเทศจำนวนมาก สร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจและกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูงในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง สินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ สร้างงานสร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อม (2) ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม การท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างกัน สร้างสรรค์ความเจริญให้แก่สังคม มีการลงทุนด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้มี

งานทำ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน และ(3) ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกรักมั่นคง ปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใดที่นั่นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ และการท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษยต่างสังคมจะได้พบปะ รู้จัก ทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก คั่นเคย รู้ปัญหา พึ่งพาอาศัยกันเป็นการสร้างความรักสามัคคี สมานฉันท์ของคนในชาติ อีกทั้งการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรีและความสงบสันติสุขในโลก

สอดคล้องกับ ธนภฤต สังข์เฉย (2550) ที่อธิบายสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญดังนี้ คือ (1) ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากในกระบวนการเดินทางท่องเที่ยวช่วยยอมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น ทำให้ธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์ทางตรงคือรายได้จากนักท่องเที่ยว อีกทั้งเกิดผลประโยชน์ทางอ้อม คือเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ ส่งผลต่อเศรษฐกิจระดับจุลภาคและมหภาค ในแง่ของการสร้างเงินตราต่างประเทศ มีความสำคัญของการดูแลการค้าและบริการของประเทศ การสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) การกระจายรายได้ การจ้างงานและการลงทุนของประเทศ (2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น สร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง การท่องเที่ยวฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ทั้งช่วยให้ประชาชนใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และสร้างพื้นฐานทางสังคมที่ดี (3) ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ ทำให้นักท่องเที่ยวหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตระหนักเรื่องการอนุรักษ์และดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม เพราะการท่องเที่ยวจำเป็นต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) อธิบายโดยสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ คือเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ สร้างอาชีพและการจ้างงาน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น ทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิตด้วย และมีความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสังคมและการเมืองของประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น ช่วยสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา ช่วยให้คนมีโลกทัศน์กว้างได้รับความรู้และ

ประสบการณ์โดยตรงด้วยตัวเอง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าไปแออัดในเมือง รวมทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้มีการนำทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวและช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคีของคนในประเทศและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างเพื่อนร่วมโลกในกรณีที่มีการเดินทางระหว่างประเทศ

สรุปโดยรวม การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญหลายด้าน เช่น ด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศโดยเฉพาะภาวะที่ประเทศไทยประสบวิกฤตทางเศรษฐกิจ อีกทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ และเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น สร้างความเจริญให้กับสังคมเพราะเมื่อมีการท่องเที่ยวจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการลงทุนสร้างสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว อันส่งผลให้ในท้องถิ่นได้รับความเจริญตามไปด้วย รวมทั้งการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนและคนในท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งทำให้เกิดกระแสกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและส่งผลให้คนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทำให้คนได้เปิดโลกทัศน์ปรับเปลี่ยนทัศนคติความคิดจากการเดินทางด้วยตนเองส่งผลให้เกิดความเข้าใจยอมรับวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่าง เกิดความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างกันทั้งในระดับท้องถิ่น ภายใน ประเทศและต่างประเทศ

## ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### 2.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดเริ่มแรกของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เริ่มต้นจาก Crispin Raymond and Greg Richards ที่ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบเดิมๆเริ่มเปลี่ยนแปลงไปทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น ต้องการการเรียนรู้ที่มากขึ้น ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ไม่ใช่เพียงแต่การซื้อสินค้าแต่ต้องการพัฒนาตนเองผ่านการฝึกทักษะผ่านวัฒนธรรมและกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ (Richards and Raymond, 2000) ทั้งนี้จากการประชุมสัมมนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประเทศนิวซีแลนด์ในปี พ.ศ. 2543 โดย Crispin Raymond and Greg Richards ได้อธิบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านบทความใน Atlas Newsletter เดือนพฤศจิกายน ปีพ.ศ. 2543 (Rebecca Wurzbarger and others, 2009) ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เสนอให้ผู้เดินทางมาเยี่ยมเยือนมีโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพของตนอย่างสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม/หลักสูตรและการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่จุดหมายปลายทางที่พวกเขาใช้วันหยุดพักผ่อนในเดินทางไปเยี่ยมเยือน (Tourism which offers visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in course and

learning experiences which are characteristics of the holiday destination where they are undertaken.)

จากการประชุมขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) เรื่อง “Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism” ที่เมืองซานตาเฟ มลรัฐนิวแม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 25-27 ตุลาคม พ.ศ.2549 (UNESCO [Online], 2006) ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้คำนิยามว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” คือการเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยง ด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ สิ่งที่สวยงาม ประเพณีที่สวยงาม หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา [Creative tourism is travel directed toward on engaged and authentic experience, with Participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and in provides a connection with those who resides in this place and create this living culture (UNESCO [Online], 2006)] และในการประชุมในปี 2008 ที่เมืองซานตาเฟ มลรัฐนิวแม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ปรับคำนิยาม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ สิ่งที่สวยงาม ประเพณีที่สวยงามหรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ “Creative tourism is tourism directed toward on engaged and authentic experience, with Participative learning in the arts, heritage, or special character of a place” (Wurzburger, 2009)

ทั้งนี้ (UNESCO [Online], 2006) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่ได้รับการพิจารณาว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวสำหรับคนยุคใหม่ โดยการท่องเที่ยวในยุคแรกจะเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวชายทะเล (Beach Tourism) ซึ่งผู้คนจะใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ยุคต่อมาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์และวัฒนธรรม แต่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จะมีความหมายมากกว่าการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ อารมณ์ความรู้สึก สังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่หรือชุมชนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน ซึ่งทำให้พวกเขาารู้สึกถึงเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้นๆ ซึ่งเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่หรือยุคที่สาม ซึ่งผู้จัดการท่องเที่ยวต้องพัฒนาให้มีขึ้นโดยต้องให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ในเมืองหรือในแหล่งท่องเที่ยวและจัดแจงให้มีกิจกรรมใหม่ๆหรือโอกาสที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบปะปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นตามความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องเชื่อมโยงกับ

วัฒนธรรมซึ่งวัฒนธรรมเหล่านั้นต้องเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เช่น การจัดกลุ่ม low-rider cars และได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ทางตอนเหนือของ นิวแม็กซิโก หรือ การเต้นแทงโก้ก็กลายเป็นส่วนหนึ่งของเมืองโบโนส ไอเรส

นอกจากนี้จากรายงานศึกษาวิจัยระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐาน ความรู้ และเชิงสร้างสรรค์ ของ สำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะ, 2553) กรณีสถาปัตยกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 3 มิติ (6ปัจจัย) คือ มิติที่ 1 คือ สถานที่ (Location) ประกอบด้วย (1) เมืองและชุมชน (City and Community) (2) เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ (Uniqueness and Identity) มิติที่ 2 คือ การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ประกอบด้วย วัฒนธรรมที่มีชีวิต (Living culture) และประสบการณ์แท้ (Authentic experience) มิติที่ 3 ตัวกลาง (Agents) ประกอบด้วย ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในสถานที่นั้นๆ (Creative people in residence) และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participative learning) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับโครงการศึกษาด้านแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (2554) ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) และคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม” ประกอบด้วย คุณสมบัติในเชิงพื้นที่ คือ มีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมและ/หรือธรรมชาติ มีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนโดยเจ้าของวัฒนธรรม คุณสมบัติในเชิงกระบวนการ คือ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม มีกระบวนการที่นำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 2:2-1 ตารางแสดงค่านิยมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

บุคคล /หน่วยงาน /งานวิจัย	นิยาม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”	คำสำคัญ / องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
Crispin and Raymond ผู้ริเริ่มแนวคิด (พ.ศ.2543) (Richards and Raymond, 2000: 18)	เป็นการท่องเที่ยวที่เสนอให้ผู้เดินทางมาเยี่ยมเยือนมีโอกาสที่จะพัฒนาความสามารถอย่างสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม/หลักสูตรและการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่หลากหลายจากการใช้วันหยุดพักผ่อนในจุดหมายปลายทางที่พวกเขาเดินทางไปเยี่ยมเยือน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีส่วนร่วม</li> <li>- กิจกรรม / หลักสูตร เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวพัฒนาความสามารถอย่างสร้างสรรค์</li> <li>- การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์</li> </ul>
UNESCO(พ.ศ.2551) (อ้างถึงใน Wurzburger and others, 2009: 17)	การท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะ เฉพาะของพื้นที่”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความผูกพัน</li> <li>- ประสบการณ์ที่แท้จริง</li> <li>- มีส่วนร่วมในการเรียนรู้</li> <li>- ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม</li> <li>- คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่</li> </ul>
สำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษาศึกษาวิจัยระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (พ.ศ.2553)	จากรายงานการวิจัยที่วิเคราะห์บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่อธิบายว่าจุดสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือการมีแนวคิดที่สามารถแปรรูปเป็นสินค้าหรือบริการที่สร้างมูลค่า/คุณค่าให้กับระบบเศรษฐกิจได้ สำหรับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อธิบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า คือการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม	<p><b>มิติสถานที่</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เมืองและชุมชนเข้าใจในสัณฐานเมืองและชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เข้าใจใน วัสดุสิ่งก่อสร้าง อาคารสถานที่และระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม - เอกลักษณ์ อัตลักษณ์</li> </ul> <p><b>มิติการปฏิสัมพันธ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- วัฒนธรรมที่มีชีวิต</li> <li>- ประสบการณ์แท้</li> </ul> <p><b>มิติตัวกลาง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในสถานที่นั้นๆ / เจ้าของวัฒนธรรม</li> <li>- การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม</li> </ul>
องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมหาชน) และคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกันจัดทำ	การท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ,	<p><b>เชิงพื้นที่</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ</li> <li>- มีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม</li> </ul> <p><b>เชิงกระบวนการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้าม</li> </ul>

“โครงการศึกษาด้านแบบ การท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์” (พ.ศ.2554)	2555)	วัฒนธรรม - มีประสบการณ์ตรงร่วมกับ เจ้าของวัฒนธรรม - มี กระบวนการนำไปสู่ความเข้าใจ อย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว - ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและ นำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
---	-------	---

หลายประเทศ ดำเนินการและส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย อังกฤษ อิตาลี สเปน บราซิล ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฯลฯ รวมถึงนโยบาย การส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนก็สนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์ สำหรับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน (ประชาไท, 2556: ออนไลน์)

สำหรับประเทศไทย พ.ศ. 2556 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) หน่วยงานหลักในการนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึงความยั่งยืน ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้ **เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้น** ตลอดไป โดยอธิบายว่า คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีความผูกพันที่ดีระหว่างกัน นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

คำนิยาม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) ได้ครอบคลุมคำนิยามรวมทั้งผลจากรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดสรุปได้ว่า

### องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน (2) การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ และ(3) ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**องค์ประกอบที่หนึ่ง : การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน**



การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนสอดคล้องกับที่ยูเนสโกอธิบายไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกลยุทธ์ต่อไปของความยั่งยืน” (Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism) (UNESCO [Online], 2006) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) อธิบาย “ความยั่งยืน” ไว้ภายใต้หลักการ 5 ข้อ (World Tourism Organization, 1998: 21-22) ดังนี้

1. การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม และทรัพยากรอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต
2. การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสังคม วัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
3. คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมจะยังคงได้รับการรักษาไว้ได้
4. ความสามารถในการรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวจะยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้และสามารถทำการตลาดต่อไปได้
5. ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะต้องกระจายไปในทุกภาคส่วนของสังคม

หลักการดังกล่าว สอดคล้องกับรายงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของสำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา (2553) ที่อธิบายว่าปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อการเกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เน้นการศึกษาด้านอาคารและเมืองในเชิงกายภาพ (physical) หรือเชิงพื้นที่ (spatial) เพื่อความเข้าใจในรูปแบบเชิงสัณฐานของเมืองและอาคารอย่างชัดเจนซึ่งเป็นศาสตร์ของสถาปัตยกรรมและผังเมืองในเชิงสัณฐานวิทยา (urban morphology) และขยายความเข้าใจไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบนั้นๆควบคู่ไปกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา และจิตวิทยา เพื่อสร้างความเข้าใจเมือง สถาปัตยกรรมหรือสิ่งแวดล้อมรอบสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องเข้าใจการพัฒนาวิถีชีวิตทั้งชุมชนเมืองและชุมชนท้องถิ่นที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เข้าใจในธรรมชาติ ระบบนิเวศที่มีความสัมพันธ์ของสรรพสิ่งที่สอดคล้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่จนมีคุณภาพทั้งระบบโดย ไชศรี ภักดี สุขเจริญ (2548) อธิบายซึ่งอ้างอิงถึง Hillier (1987) ว่า เพราะความเข้าใจในสถาปัตยกรรมของสัณฐานหรือเมืองนั้นต้อง “เกิดขึ้นก่อน” เราจึงสามารถสืบค้นต่อไปได้ว่า รูปร่าง-รูปทรงที่ปรากฏอยู่นั้น เป็นเหตุหรือผลมาจากปัจจัยใด

อย่างไรก็ตามในการศึกษายังพบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่คำนึงถึงความยั่งยืน นอกจากการทำความเข้าใจในพื้นที่เชิงกายภาพแล้ว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังต้องสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมที่มีชีวิตด้วย สอดคล้องกับรายงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของสำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา (2553) ที่อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมีการ

ปฏิสัมพันธ์ในวัฒนธรรมที่มีชีวิต (Living culture) และสร้างประสบการณ์แท้ (authentic experience) โดยวัฒนธรรมที่มีชีวิต ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องสามารถผสมผสานกับวัฒนธรรมร่วมสมัย วัฒนธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น และชุมชนได้อย่างลงตัว **วัฒนธรรมที่มีชีวิต** ในที่นี้เป็นทั้งวัฒนธรรมที่มีการสืบสานมาแต่เดิมและเป็นวัฒนธรรมที่ถูกสร้างใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุริชัย หวันแก้ว (2548) ที่ได้ศึกษาวิจัย ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ที่ได้อธิบายว่า “งานวิจัยวัฒนธรรมในบริบทปัจจุบันนี้อยู่ในบริบทใหม่เป็นพื้นที่ใหม่โดยสิ้นเชิง พื้นที่ใหม่เหล่านี้ควรเพิ่มการตระหนักรู้ใหม่ ต้องเข้าใจมิติใหม่ๆที่เกิดขึ้น โจทย์ภายใต้ยุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรมที่เราเผชิญจึงเป็นโจทย์ใหม่ การเพ่งมองให้เห็นถึงมิติใหม่ส่วนหนึ่งก็เพื่อแสวงหาโอกาสใหม่ๆในการแก้ไข”

สอดคล้องกับการอธิบายความหมายของผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมของจีน (ซีอาร์ไอ [ออนไลน์], 2554) ในการอธิบายเกณฑ์การคัดเลือกเมืองวัฒนธรรมของประเทศจีนว่า ต้องมีวัฒนธรรมหลากหลาย “มีชีวิต” สามารถสัมผัสได้ เข้าถึงได้ มีกิจกรรมสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม มีนวัตกรรม และมีการแลกเปลี่ยนที่เปิดกว้างในโครงสร้างทางวัฒนธรรมของโลก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (ซีอาร์ไอ [ออนไลน์], 2554) คือ (1) มีวัฒนธรรมหลากหลาย เมืองวัฒนธรรมต้องมีความหลากหลาย ในระหว่างการพัฒนาเมือง ต้องมีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ด้วย ยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอก และพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ๆ ด้วย เมืองที่มีวัฒนธรรมหลากหลายอยู่ร่วมกัน จึงสามารถสืบทอดและปรับปรุงวัฒนธรรมของตนได้ (2) มีมรดกทางวัฒนธรรมที่ “มีชีวิต” เมืองวัฒนธรรมต้องมีประวัติศาสตร์ โดยอาจจะเป็นการวิวัฒนาการของราชวงศ์ อาจจะมีการเจริญหรือการเสื่อมลงของนักเขียน หรืออาจจะเป็นการสืบทอดด้านงานหัตถกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องเหมือนกับยังมีชีวิตอยู่ สามารถสัมผัสได้ เข้าถึงได้ สำหรับวิธีที่ดีที่สุดในการอนุรักษ์วัฒนธรรมก็คือ ทำให้ฝังแน่นอยู่ในชีวิตประจำวันของชาวเมือง (3) มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เมืองชื่อดังทางวัฒนธรรมควรมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย การแสดงหรือกิจกรรมใด จะทำให้เมืองใดเมืองหนึ่งมีชีวิตชีวามากขึ้น อีกทั้งยังจะสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งสามารถยืนยันถึงขีดความสามารถของเมืองนั้น (4) มีนวัตกรรมทางวัฒนธรรม นวัตกรรมทางวัฒนธรรมเป็นหลักประกันทางเศรษฐกิจเป็นหนทางการพัฒนาของเมือง วัฒนธรรม นวัตกรรมที่เจริญรุ่งเรืองเป็นการผสมผสานของจินตนาการทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งได้แสดงออกซึ่งขีดความสามารถในการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมของเมือง ในยุคสมัยที่ต้องแสวงหาความแตกต่างระหว่างแต่ละเมือง วัฒนธรรมเชิงนวัตกรรมมีความสำคัญอย่างยิ่ง และ (5) มีการแลกเปลี่ยนที่เปิดกว้างในโครงสร้างทางวัฒนธรรมของโลก วัฒนธรรมของเมืองในประเทศต่างๆ ต้องมีการปะทะ แลกเปลี่ยน และผสมผสานกัน จึงสามารถแสดงออกซึ่งเสน่ห์พิเศษของตน อีกทั้ง การแลกเปลี่ยนที่เปิดกว้างทางวัฒนธรรม ของเมืองต่างๆ สามารถได้รับแรงบันดาลใจมากขึ้น

โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับโครงการศึกษาต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (พ.ศ.2554) ที่อธิบายว่า คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในเชิงพื้นที่ โดยอธิบายไว้ว่าในเชิงพื้นที่ - ต้องมีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรม - ต้องมีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม ในเชิงกระบวนการ - ต้องมีกระบวนการนำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว และไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน และนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ การมีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนโดยเจ้าของวัฒนธรรม หนึ่งในคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังที่กล่าวได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ภาณุวัฒน์ โทบุบล (2554) ที่ว่า สิ่งสำคัญประการหนึ่งของการอนุรักษ์สิ่งที่บรรพบุรุษได้รังสรรค์ไว้ คือ จิตสำนึกของคนในชุมชน โดยคนในชุมชนต้องมีความรู้สึกภาคภูมิใจในรากเหง้าความเป็นมาของตนตระหนักถึงคุณค่าและรู้สึกหวงแหนสิ่งที่บรรพบุรุษรังสรรค์ไว้ ให้มีความรู้สึกในการมีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของร่วมกันโดยการปฏิบัติตนให้เป็นเยี่ยงอย่างและปลูกฝังให้คนรุ่นใหม่มีความภาคภูมิใจในชาติและประวัติศาสตร์ดั้งเดิม ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันตลอดจนมีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าอันเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนให้ลูกหลานได้สืบสานต่อ

สรุปได้ว่าคนในพื้นที่ก็ต้องทำความเข้าใจในสถานที่แหล่งท่องเที่ยวหรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมรอบสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง/ของคนในพื้นที่เองก่อนเพื่อให้เกิดความตระหนักรู้ซึ่งในคุณค่า ภาคภูมิใจและรู้สึกหวงแหนในวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของตนในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมความรู้สร้างความเข้าใจเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว / ท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่าของสถานเชิงกายภาพ สถานที่ตั้ง สิ่งแวดล้อมและมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ร่วมกับเจ้าของพื้นที่/คนในท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (UNESCO: 2551) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะ เฉพาะของพื้นที่ สอดคล้องกับหลักการความยั่งยืนข้อที่สองและข้อที่สาม ของ UNWTO (World Tourism Organization, 1998)

ทั้งนี้กรอบแนวคิดหลักการความยั่งยืนของการท่องเที่ยว 5 ประการ ของ UNWTO (World Tourism Organization, 1998) ได้มีหน่วยงานนำแนวคิดดังกล่าวไปพัฒนาเป็นเกณฑ์วัดพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการความยั่งยืน 5 ข้อขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ดังเช่นประเด็นการอธิบายความยั่งยืนของสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (คู่มือการประเมินมาตรฐาน หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศและหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ภายใต้โครงการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ประจำปี 2554) ที่ได้แบ่งเนื้อหาได้สอดคล้องกับแนวคิดหลักการความยั่งยืน 5 ประการอย่างเป็นรูปธรรม โดยสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 3:2-2 ตารางแสดงความยั่งยืนตามหลักการ "ความยั่งยืน 5 ประการ" ของ UNWTO

## 2.2 กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวในมิติอุปทานเชื่อมโยงสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันนำไปสู่

ความยั่งยืน	
หลักการ “ความยั่งยืน” 5 ประการ UNWTO	ประเด็นอธิบายความยั่งยืนของสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2554) ที่ได้สอดคล้องกับแนวคิดหลักการ “ความยั่งยืน” 5 ประการของ WTO
1) การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม และทรัพยากรอื่นๆ ในการท่องเที่ยวไว้เพื่อ ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต	(1) การอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (2) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
(2) การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสังคม วัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว (3) การที่คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ (4) ความสามารถในการรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้และสามารถทำการตลาดต่อไปได้	(3) การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน (4) การบริการและความปลอดภัย (5) ความโดดเด่น ด้านนิเวศหรือวัฒนธรรม
(5) ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะ ต้องกระจายไปในทุกภาคส่วน	(6) กระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่นและเสริมสร้างคุณภาพชีวิต

### การตลาดอย่างยั่งยืน

การตลาดท่องเที่ยว เป็นหลักการความยั่งยืนประการที่สี่ในทั้งหมดห้าประการของ UNWTO และนับเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวทั้งในมิติอุปสงค์หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวและมิติอุปทานหรือสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ในส่วนมิติการตลาดในด้านอุปทานหรือการตลาดในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว กลยุทธ์การทำตลาดแนวใหม่ด้านอุปทานที่เป็นการเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวหรือเรียกว่าการตลาดในอุปทานทางการท่องเที่ยวนั้น ในปัจจุบันได้มีการดำเนินการทางการตลาดในแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)” ซึ่งถือเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจแนวใหม่โดยใช้

ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคุณค่า/มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบสำหรับประเทศไทยที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีความหลากหลาย

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ “ทุนวัฒนธรรม” ไว้ อาทิ ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์และคณะ (2549) อธิบายว่า “ทุนวัฒนธรรม” เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าความรู้ ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น รวมทั้งค่านิยมและความเชื่อที่ผูกพันสังคม ทำให้เกิดการจัดระเบียบสังคมหรือสร้างกฎกติกาที่เป็นคุณต่อสังคมโดยส่วนรวม เช่น ภาษา งานศิลปกรรม ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจของส่วนรวม ความรู้ที่สั่งสมมาในอดีต (การถนอมอาหาร สมุนไพร สถาปัตยกรรม เทคโนโลยีชาวบ้าน ฯลฯ) กติกาของสังคม ผลงานวรรณกรรม คำบอกเล่า ดนตรี วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ ฯลฯ สอดคล้องกับ David Throsby (2001) ที่นิยาม “ทุนวัฒนธรรม” ว่าหมายถึงสินทรัพย์ที่มีการฝังตัว สะสม และให้คุณค่าทางวัฒนธรรม นอกเหนือจากการให้คุณค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ทุนวัฒนธรรม สามารถแบ่ง ได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) คือการเกิดขึ้นของรูปแบบต่างๆ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัตถุ ผลงานทางศิลปะ ภาพเขียน รูปปั้น ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้นี้ไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะรูปแบบมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่อธิบายขยายไปถึงทุนกายภาพ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น อาคาร สิ่งประดิษฐ์ ทุนวัฒนธรรมรูปแบบนี้สามารถผูกพันได้ ถ้าไม่ได้รับการดูแลรักษา นอกจากนี้ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ยังสามารถวัดคุณค่าในรูปของเงินได้ไม่ว่าจะเป็นตัววัตถุเอง หรือการบริการที่ใช้วัตถุนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการ และ (2) ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual capital) เป็นทุนที่อยู่ในรูปของความคิด การปฏิบัติ ความเชื่อและค่านิยมที่แบ่งปันระหว่างสมาชิกในกลุ่มหรือชุมชน ซึ่งอยู่ในรูปของงานศิลปะ เช่น ดนตรี และงานประพันธ์ต่างๆ เพลง งานวรรณกรรม นิทานพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2554) อธิบายว่า ทุนวัฒนธรรมทั้งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้มีความสัมพันธ์กันเนื่องจากสิ่งที่สัมผัสได้มักมีความหมายหรือคุณค่าอยู่เบื้องหลัง สามารถปรากฏได้ในทุกช่วงเวลาซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์และคุณค่าทางวัฒนธรรม นอกจากนี้Pierre Bourdieu (1986) อธิบายว่า “ทุนวัฒนธรรม” สามารถปรากฏได้ใน ลักษณะใดลักษณะหนึ่งคือ ประการแรก เป็นสิ่งที่ฝังในจิตใจ ตัวคนหรือกลุ่มคน (an embodied state) เช่น ความคิด จินตนาการ ความเชื่อ ประการที่สอง คือเป็นสิ่งที่มีความเป็นรูปลักษณะจับต้องได้ (an objectified state) เช่น หนังสือ ภาพวาด เครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องดนตรี สิ่งประดิษฐ์คิดค้นต่างๆ และประการที่สาม คือ เป็นลักษณะของสถาบัน (an institutionalized state) หมายถึง กติกาความเชื่อ การยอมรับที่หลายๆคนเห็นร่วมกัน เช่น การยอมรับและเชื่อถือในสถาบันศาสนา สถาบันกษัตริย์ สถาบันการศึกษา ผู้ทรงความรู้ ฯลฯ ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ผูกพันคนในสังคมไว้ด้วยกัน ทำให้เกิดประเพณี กิจกรรมและความ

สามัคคีร่วมกันของคนในสังคม ซึ่ง “ทุนวัฒนธรรม” ในรูปแบบที่ฝังในจิตใจ ตัวคนจะเป็นรูปแบบที่สำคัญที่สุด

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวนับเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีลักษณะเป็นสินค้าวัฒนธรรม รังสรรค์ ธนะพรพันธ์ (2539) อธิบายว่าสินค้าวัฒนธรรมคือสินค้าและบริการที่วัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการนั้น ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2554: 33) อธิบายว่า การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการใดมาบริโภคก็ตาม สิ่งที่ผู้บริโภครับมาไม่ใช่เฉพาะตัวสินค้า แต่ยังได้วัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในสินค้าและบริการนั้นด้วย ทั้งนี้ยังไม่มีเกณฑ์หรือตัวเลขที่ชัดเจนที่วัดระดับความเข้มข้นของวัฒนธรรมในตัวสินค้า ประเทศไทยนับเป็นประเทศหนึ่งที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมปีละหลายแสนล้านบาท ทั้งนี้เพราะประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวสวยงาม หลากหลายและมีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย ล้วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยียนเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้อย่างมหาศาล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) อย่างไรก็ตามสิ่งที่น่าเป็นห่วงคืออนาคตของการท่องเที่ยวไทยในระยะยาว จากการวิเคราะห์พบว่าหากการท่องเที่ยวไทยซึ่งรวมถึงธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังทำทุกอย่างแบบเดิมๆ ต่อไปเรื่อยๆ หรือที่เราเรียกว่า business as usual นั้น คงไม่สามารถทำให้การท่องเที่ยวไทยเติบโตกว่าในอดีตได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในเชิงของจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือระยะเวลาที่พักอยู่ในเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมเท่าที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่น่าจะรองรับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเฉลี่ยร้อยละ 5% เช่นในอดีตที่ผ่านมา หรือเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าในปี 2020 (วารสารอินไซด์ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2553) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงสนับสนุนให้การท่องเที่ยวไทยพัฒนาบนฐานความเป็นไทยที่มีความหลากหลายทางด้านภูมิสังคมและวัฒนธรรม (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2555: ออนไลน์) ทุนวัฒนธรรมเป็นหัวใจของการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมมีทั้งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เมื่อทุนวัฒนธรรมฝังในตัวสินค้าจะเรียกสินค้านั้นว่าสินค้าวัฒนธรรม การท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกันธุรกิจต่างๆ สามารถนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราว (Story) เนื้อหา (Content) ของวัฒนธรรมไทยมาเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ หรือสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนเพื่อสร้างจุดขาย (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2554)

ทั้งนี้ การนำคุณค่าของวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ มีองค์ประกอบที่น่าสนใจ 3 ประการ (ชัยประนิน วิสุทธิผล, 2552) คือ (1) ความเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ทั้งในด้านประวัติความเป็นมา อารมณ์ และแรงบันดาลใจที่หล่อเลี้ยงคุณค่านั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณค่าความเป็นไทย ความเข้าใจในประวัติ ศาสตร์เป็นเรื่องพื้นฐานที่จำเป็น และเมื่อนำมาประกอบกับเรื่องราวและเหตุการณ์ ย่อมสามารถสร้าง “คุณค่า” และ “มูลค่า” ได้ทั้งสิ้น เป็นการใช้

ประโยชน์จาก “คุณค่า” (2) ความสามารถในการรับรู้ความต้องการเบื้องต้นของผู้บริโภค (การหยั่งรู้ความต้องการของผู้บริโภค เหตุผลของการบริโภค) ประโยชน์ที่ได้รับในเชิงกายภาพ อารมณ์ จิตใจ และจิตวิญญาณ เช่นชื่อนาฬิกาไม่ได้ต้องการดูแลเวลา แต่ลึกลงไปคือต้องการประกาศความเป็นตัวตน สถานภาพ ความคิดเห็นและความชื่นชม เป็นต้น ผู้ประกอบการที่เข้าใจและรู้จักหาโอกาสจากความต้องการเหล่านี้ ธุรกิจย่อมประสบผลสำเร็จได้ไม่ยาก (3) ความสามารถในการเชื่อมคุณค่าของ ความดั้งเดิม ความเป็นตัวตนเข้ากับความทันสมัยอย่างกลมกลืน (Cosopolitan hybrid) ได้แก่ 3Ts คือ ถูก Tone & Manner ถูก Taste (รสนิยม) และสร้าง Trend หรือเป็นไปตาม Trend ได้อย่างโดดเด่น เมื่อน้องค์ประกอบ 3 ส่วน ก็จะได้มาซึ่งทักษะการค้าและการเล่าเรื่อง (Commercial & Story telling skill) ผู้ที่ประสบความสำเร็จต้องมีเข็มทิศในการทำการค้าอยู่ในใจ มีทักษะในการเล่า นิยายแห่งคุณค่าผ่านลูกค้าหรือสินค้า การตกแต่งร้าน การให้บริการ อาหาร วิธีการต้อนรับ จนถึง โฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นการส่งต่อคุณค่าสู่ผู้บริโภคอย่างแม่นยำ

ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิด การต่อยอดสินค้าและบริการที่มาจากทุนวัฒนธรรมของ นิสันต์ พิชญ์ดำรง (2553) ที่อธิบายไว้ว่า การต่อยอดสินค้าและบริการที่มาจากทุนวัฒนธรรม เป็นการศึกษาวิเคราะห์ สินค้าเพื่อจุดเด่นด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่น่าสนใจมาปรับปรุง โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสินค้า แล้วสร้างค่านิยมเสริมเข้าไปผ่านกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ มีหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) การปรับปรุงรูปแบบของสินค้าให้เหมาะสม มีความทันสมัยหรือออกแบบให้เกิดความแปลกใหม่ น่าสนใจ แต่ยังคงเอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรม จะต้องศึกษาจุดเด่นของวัฒนธรรมและนำมาปรับให้กลมกลืนสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยมและวิถีชีวิตของสังคม (2) การสร้างตราสินค้า โดยสร้างนวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์และเรื่องราว เป็นการหยิบยกเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับสินค้านำเสนอ และ (3) ความตั้งใจ และ ทักษะด้านบริหารจัดการ เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

ดังนั้นแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคุณค่า/มูลค่าเพิ่มให้กับ สินค้าหรือบริการบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรม จึงนับเป็นกลยุทธ์การตลาดในมิติอุปทานอย่างหนึ่ง ที่ จะนำไปสู่การทำตลาดอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่นำ “ทุน” มาบวกกับ “ความคิด สร้างสรรค์” ผสานเข้ากับ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” และ “ทักษะเฉพาะตัว” เพื่อสร้างคุณค่าและ มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ยุวดี นีรัตน์ตระกูล, 2551)

กล่าวโดยสรุป คือคนในพื้นที่/คนในท้องถิ่นต้องทำความเข้าใจในสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม สันฐานที่ตั้ง ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ในพื้นที่ของตน/ในชุมชน จะทำให้คนในชุมชน เข้าใจในรากเหง้าของตนเอง โดยสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างต่างๆ จะสะท้อนเชื่อมโยงให้เห็นถึง วัฒนธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรมเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพทั้งเป็น หลักฐานสำคัญที่บ่งชี้ถึงเหตุและปัจจัยในกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของชุมชน ซึ่งเมื่อชุมชน

เข้าใจตนเองอย่างถ่องแท้แล้วก็สามารถนำทุนวัฒนธรรมที่มีมาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม โดยการใช้ Theme หรือ story ของชุมชน ในการสร้างคุณค่าให้กับชุมชน นำเสนอ สินค้าและบริการ ที่สะท้อนเอกลักษณ์ อัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ที่น่าสนใจ แปลกใหม่และสร้างความแตกต่างให้กับนักท่องเที่ยว

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวยุคปัจจุบันโยกหาจุดหมายปลายทางที่ให้โอกาสในการพบปะพูดคุยกับคนในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้ซึมซับ ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่และผู้คนเจ้าของพื้นที่ การเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีรูปแบบตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันดังกล่าว ต้องมีการนำเสนอโอกาสสำหรับสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่มีความเชื่อมโยงเข้ากับ อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆมากขึ้นไม่ใช่เป็นเพียงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนเพียงแค่ชื่นชมแล้วจากไป แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้เจ้าของพื้นที่จำเป็นต้องรู้จัก สัมผัสพื้นที่ เข้าใจพื้นที่ นำความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอดสร้างคุณค่า มูลค่าเพิ่มได้ มีความคิดสร้างสรรค์ในการค้นหา นำเสนอทรัพย์สิน หรือทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน สร้างมูลค่าและคุณค่ากับศิลปะ วัฒนธรรมและวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยการเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงถูกโยง เข้ากับการ “เล่าเรื่อง” ที่เกี่ยวกับท้องถิ่นนั้นๆและเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนเข้าไปมีส่วนร่วมหรือสัมผัสกับวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของสถานที่หรือชุมชนที่ไปเยือนโดยตรงและเมื่อเดินทางกลับไปแล้วยัง นำประสบการณ์และความประทับใจติดตัวกลับไปด้วย สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวโลก ที่ประกอบด้วย 5 (E) และ 5 (S) โดย 5 (E) ประกอบด้วย (1) Entertainment (สนุกสนาน) (2) Excitement (ตื่นเต้น) (3) Education (การได้รับความรู้) (4) Environmentally Friendly (การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) (5) Electronic (E-Tourism) และ 5 (S) ประกอบด้วย (1) Security (ความมั่นคง) (2) Safety (ความปลอดภัย) (3) Sanitation (สุขอนามัย) (4) Service (การบริการ) (5) Satisfaction (ความพึงพอใจ) (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2553)

### **องค์ประกอบที่สอง : การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่**

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) อธิบาย ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม ของชุมชนท้องถิ่น ว่า คือการที่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับการให้คำอธิบายการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ นักท่องเที่ยวของสุดแดน วิสุทธิลักษณ์และนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท (2556) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยว



เชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวสนใจการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Authentic-active Participation) สอดคล้องกับการให้คำอธิบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของยูเนสโก ที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ สิ่งที่สืบทอด ประเพณีที่สืบทอด หรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ “Creative tourism is tourism directed toward on engaged and authentic experience, with Participative learning in the arts, heritage, or special character of a place” (Wurzburger, 2009)

ทั้งนี้ **ประสบการณ์แท้ (authentic experience)** ในทางการท่องเที่ยว Wang (1999) มองว่า ประสบการณ์แท้ของนักท่องเที่ยว (existential authenticity) อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ในระดับปัจเจก (Intra-personal) กับในระหว่างปัจเจก (Inter-personal) โดยอธิบายว่า Intra-Personal Authenticity เป็นประสบการณ์เฉพาะภายในบุคคล ซึ่งมี 2 ลักษณะ โดยเป็นแบบประสบการณ์เฉพาะภายในบุคคล ที่รับรู้ความรู้สึก ที่เรียกว่า “Intra-Personal Authenticity: Bodily feelings” และเป็นประสบการณ์เฉพาะภายในบุคคล ที่เกิดจากการทำเอง ที่เรียกว่า “Intra-Personal Authenticity: Self-Making” ซึ่งตามแนวคิดปิรามิดแห่งการเรียนรู้ที่มาจากผลของการวิจัยของ National Training Laboratories (1969) ใน Bethel, Maine ที่อธิบายว่ากิจกรรมที่ต่างกันทำให้เราจดจำสิ่งที่ได้เรียนรู้ต่างกันไปด้วย คือ การเรียนรู้เรื่องหนึ่งในห้องเรียนจากการฟังบรรยาย (Lecture) จะรับรู้ได้เพียง 5% เท่านั้น การอ่านบททวน (Reading) ที่ได้ฟังไปแล้วจะทำให้จดจำเพิ่มขึ้นเป็น 10% การเรียนรู้จากภาพและเสียง (Audio-Visual) เช่น จากสื่อโทรทัศน์จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ 20% การได้เห็นตัวอย่าง (Demonstration) จากประสบการณ์จริง ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ 50% ส่วนการได้ทดลองปฏิบัติเอง (Practice by doing) จะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ถึง 75% ทั้งนี้เพราะว่า การปฏิบัติเป็นการเรียนรู้ที่ผ่านประสบการณ์ตรงของเราเอง แต่การเรียนรู้ที่มีพลังมากที่สุดคือ การได้สอนผู้อื่น (Teach others) ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากที่สุดถึง 90% (อ้างอิงในวัฒนา สุนทรชัยและสุวัฒน์ วัฒนวงศ์, 2555)

ในส่วนของ Inter-Personal Authenticity เป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล ซึ่งมี 2 ลักษณะ โดยเป็นแบบ “Inter-Personal Authenticity: Family Ties” หรือเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่เป็นความผูกพันในครอบครัว โดยอธิบายว่าครอบครัวเป็นกลุ่มทัวร์แบบส่วนตัวกลุ่มแรก และแบบ “Inter-Personal: Touristic Communitas” หรือเป็นแบบประสบการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลแบบมิตรภาพระหว่างนักท่องเที่ยว ทั้งนี้องค์ประกอบที่สองของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นที่ได้จากการให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยโครงการศึกษาด้านแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(2554) ที่พบว่า คุณสมบัติสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงกระบวนการ คือเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม และมีกระบวนการที่นำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ, ม.ป.ป.) และเช่นเดียวกันกับรายงานของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2553) ที่ได้อธิบายสรุปได้ว่า ส่วนประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือต้องเกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมที่มีชีวิตโดยเป็นการปฏิสัมพันธ์ที่เป็นประสบการณ์แท้ ทั้งนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้อธิบายการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านใน “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกชุมชนที่มี “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (2556) ไว้ว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์เรียนรู้กิจกรรม, ศิลปะ, วัฒนธรรม กับเจ้าขององค์ความรู้ท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวลงมือทำด้วยตนเอง “Hands on experience” องค์ความรู้ที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวพัฒนามาจากองค์ความรู้ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น แฝงไว้ด้วยศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาเป็นมรดกชุมชน โดยมีความน่าสนใจ สามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทาง และเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนต่อไป

### องค์ประกอบที่สาม : ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน

ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ในทางการท่องเที่ยวความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน คือ การที่เจ้าบ้านมีอัธยาศัยและความเป็นมิตรไมตรี การให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และถือเป็นคุณสมบัติของการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่าบทบาทของเจ้าบ้านที่ดี คือแสดงความเป็นมิตรไมตรี ให้ความช่วยเหลือ อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ลักษณะของการต้อนรับที่ดี ยิ้มทักทายให้รู้สึกชุ่มฉ่ำ แสดงความสนใจและให้ความสำคัญ กระตือรือร้นในการรับฟัง มีอัธยาศัย ไมตรีอบอุ่น ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม การต้อนรับ คือ (ธนพร พูลเพิ่ม, 2556)

ต - ตระหนัก

อ - อบอุ่น

น - น้ำใจ

ร - รอยยิ้ม

บ - บริการ

สอดคล้องกับการเพิ่มศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ความมีอัธยาศัยไมตรีของคนไทย เป็นจุดแข็งทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สำคัญ (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554: ออนไลน์)

ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน รวมทั้งการที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำกิจกรรมด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้านหรือคนในพื้นที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น สอดคล้องกับที่ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท (2556) อธิบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า การที่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีโอกาสร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทำให้เกิดความผูกพันระหว่างกัน นำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวและนำไปสู่ความจดจำและประทับใจ โดยการทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจนั้น มีการศึกษาวิจัย เรื่อง THE NEW TOURIST: IMPACTS ON THE HOSPITALITY MARKETING STRATEGIES (Ige Pirnar and others, 2010) พบว่ามี 10 ข้อ ของความต้องการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีผลต่อกลยุทธ์การตลาดอุตสาหกรรมบริการ คือ (1) ต้องการเรียนรู้มากกว่า และมองหาประสบการณ์ที่แท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับองค์การยูเนสโกแห่งสหประชาชาติได้อธิบายว่า นักท่องเที่ยวยุคที่สามเป็นยุคที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความรู้ เรียนรู้วัฒนธรรม การมีปฏิสัมพันธ์ที่มากขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนกับคนในท้องถิ่นที่พวกเขาเดินทางไปเยือน รวมถึงต้องการมีความรู้สึกร่วมเสมือนเป็นพลเมืองของท้องถิ่นนั้นด้วย ซึ่งเป็นยุคที่มีลำดับต่อจากยุคแรกที่เป็นยุคที่นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเล และยุคที่สองที่ท่องเที่ยวชม พิพิธภัณฑสถาน วัฒนธรรม (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2011: online) ทั้งนี้สอดคล้องกับวลัยพร ธีวตระกูลไพบูลย์ (2551)

ที่ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า นักท่องเที่ยวในอนาคตต้องการ การเอาใจใส่ดูแล ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เพิ่มขึ้นเช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และเสนอแนะว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรมีกิจกรรมด้านด้านการเรียนรู้ให้มากขึ้น เช่น เรียนภาษาไทย เรียนทำอาหารไทย และการจัดรายการนำเที่ยวควรมีความหลากหลาย (2) ต้องการ คุณภาพที่ดีกว่า คุ่มค่าเงินมากกว่า (3) ให้ความสำคัญมากกับความยั่งยืนและเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น (4) ให้ความสนใจมากกับการไปใช้ชีวิต หรือ มีประสบการณ์ร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (5) พึงพอใจ กับจุดหมายปลายทางที่แตกต่างไปและพักนานขึ้น (6) มีความต้องการในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ หลากหลาย (7) ลักษณะทางประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น อายุ ขนาดของครอบครัว การท่องเที่ยว ต้องสร้างการให้บริการได้ตั้งแต่รุ่งไปจนถึงรุ่งหลาน (8) ต้องการลดความตึงเครียดลง จะมองหาความ ผ่อนคลายและสะดวกสบาย (9) ใกล้ชิดกับเทคโนโลยีมากขึ้น ใช้อินเทอร์เน็ตในการจองหรือซื้อสินค้า ทางการท่องเที่ยว (10) กังวลกับสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น

### ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ในบริบทของชุมชน

#### 3.1 แนวคิดการเรียนรู้

นักวิชาการหลายท่านทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ให้คำจำกัดความและอธิบายเกี่ยวกับ “การเรียนรู้” ไว้ดังนี้ อาทิ พรรณี ชูอุทัย (2528) ได้ให้ความหมายว่า การเรียนรู้จะเกิดได้ถ้าผู้เรียนมี พื้นฐานเดิมที่สามารถเชื่อมโยงกับความรู้ใหม่ ซึ่งจะทำให้การเรียนรู้สิ่งใหม่นั้นมีความหมายขึ้น สอดคล้องกับ ทิศนา แคมมณีและคณะ (2545) ที่ให้ความหมายคำว่า “การเรียนรู้ (learning)” ว่า มี ขอบเขตครอบคลุมความหมาย 2 ประการคือ การเรียนรู้ในความหมายของ “กระบวนการเรียนรู้ (learning process) ซึ่งหมายถึงการดำเนินการอย่างเป็นขั้นเป็นตอนหรือการใช้วิธีการต่างๆ ที่ช่วยให้ บุคคลเกิดการเรียนรู้ และการเรียนรู้ในความหมายของผลการเรียนรู้ (learning outcome) ซึ่งได้แก่ ความรู้ความเข้าใจในสาระต่างๆ ความสามารถในการกระทำ การใช้ทักษะกระบวนการต่างๆ รวมทั้ง ความรู้สึกหรือเจตคติอันเป็นผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้หรือการใช้วิธีการเรียนรู้ ในขณะที่เอ กรินทร์ สีมหาศาล (2545) กล่าวถึงการเรียนรู้ว่าหมายถึง การที่อินทรีย์สามารถปรับตัวให้เข้ากับ สิ่งแวดล้อมได้เพื่อการอยู่รอดของอินทรีย์นั้นๆ ในส่วนของอุทุมพร จามรมาน, ปทีป เมธาคุณวุฒิ และ สุวิมล ว่องวานิช (2538) อธิบายว่าการเรียนรู้ (Learning) หมายถึง กระบวนการที่เกิดการ เปลี่ยนแปลงในตัวผู้เรียน ซึ่งมีสาเหตุมาจากสิ่งเร้าหรือตัวกระตุ้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่าง ออกไปตามสถานการณ์นั้น กระบวนการดังกล่าวครอบคลุมการแก้ปัญหาและการให้เหตุผล สอดรับ กับแนวคิดของ สีลาภรณ์ นาคทรพรพ (ม.ป.ป) การเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการหาข้อมูล

กระบวนการกำหนดปัญหา กระบวนการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา กระบวนการวิเคราะห์เหตุแห่งปัญหา การหาแนวทางแก้ไข และการวางแผนการแก้ปัญหา

นอกจากนี้ ออร์ศรี งามวิทยาพงศ์ (2549) อธิบายว่า การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดขึ้นอย่างเป็นมาในระดับที่สามารถอธิบายเชิงเหตุผลได้แต่ถ้าอธิบายเชิงเหตุผลไม่ได้ถือว่าเป็นเพียงกระบวนการ มีการสั่งสมและประมวล-พัฒนาข้อมูลหรือชุดประสบการณ์ที่ตนเองประสบมาโดยทางต่างๆอยู่ตลอด เวลา มิใช่เกิดขึ้นโดยฉับพลัน การเรียนรู้จึงมีขั้นตอนดังนี้ คือ (1) การรับรู้ (Reception) หมายถึงขั้น ตอนพื้นฐานที่บุคคล “รับ” เอาข้อมูลข่าวสารหรือองค์ความรู้ต่างๆจากแหล่งความรู้ที่หลากหลาย เข้ามาสั่งสมไว้เป็นประสบการณ์ของตนเอง (2) การเข้าใจ (Comprehension) หมายถึงการที่บุคคลมองเห็นถึงความหมายและความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันของข้อมูลต่างๆที่ตนเองรับรู้หรือมีประสบการณ์ กระบวนการ “รับรู้” เท่านั้น (3) การปรับเปลี่ยน (Transformation) การเรียนรู้ที่แท้จริงจะต้องทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวบุคคล ได้แก่การปรับเปลี่ยนวิคิด (Conceptualization) และ/หรือการเปลี่ยนแปลงในระบบคุณค่า (Values) การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Behavior) ในสิ่งที่รับรู้และมีความเข้าใจแล้วเป็นอย่างดี เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและตระหนักรู้จากภายในบุคคลเอง จึงเพิ่มพูนศักยภาพและความสามารถของบุคคลให้มีความคิดหรือกระทำการมากขึ้นด้วยหากไม่มีการปรับเปลี่ยนดังกล่าวแล้ว แสดงว่าการเรียนรู้อย่างไม่เกิด หรือเกิดน้อยและคงอยู่เพียงระดับ การรับรู้ที่มากขึ้นหรือความเข้าใจที่ชัดเจนเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับปารีชาติ วลัยเสถียรและคณะ (2552) ที่อธิบายไว้ว่าการเรียนรู้ก่อให้เกิดความรู้ซึ่งเป็นพลังอำนาจที่นำไปสู่การปฏิบัติและยังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ความรู้ควรประกอบด้วยความรู้ที่เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์กายภาพ ความรู้ทางสังคม ความรู้ทางศาสนาและ ความรู้เรื่องการจัดการ ที่มีลักษณะเชื่อมโยงสัมพันธ์กันและตอบสนองวิถีการดำรงชีวิตทั้งในระดับบุคคล ชุมชนและสังคม สอดรับกับแนวคิดของ Barker (1994) การเรียนรู้เป็นผลของการได้รับประสบการณ์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่มั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของBloom (อ้างถึงใน อารีย์ พันธมณี, 2540) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงเมื่อเกิดการเรียนรู้ว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นใน 3 ด้าน คือ (1) การเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ความเข้าใจ และความคิด (Cognitive Domain) หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหาสาระใหม่ก็จะทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจ สิ่งแวดล้อมต่างๆได้มากขึ้น เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสมอง (2) การเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติ ค่านิยม (Affective Domain) หมายถึง เมื่อบุคคลได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ก็ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกทางด้านจิตใจ ความเชื่อ ความสนใจ (3) การเปลี่ยนแปลงทางด้านความชำนาญ (Psychomotor Domain) การที่บุคคลที่เกิดการเรียนรู้ทั้งในด้านความคิด ความเข้าใจ และเกิดความรู้สึ กนึกคิด ค่านิยม ความสนใจด้วย แล้วได้นำเอาสิ่งที่เรียนรู้ไปปฏิบัติ จึงทำให้เกิดความชำนาญมากขึ้น

ในส่วนของกระบวนการเรียนรู้ จะกล่าวถึงลำดับขั้นตอนที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ โดยมี นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ อาทิ เพ็ญประภา ภัทธานุกรม (2548) กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้คือการปรับเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของความรู้ ทักษะและทักษะในเรื่องนั้นๆ ในทางที่ดีขึ้นอย่างถาวรโดยการปรับเปลี่ยนนั้นเกิดขึ้นจากการ ผักฝน การปฏิบัติจริง หรือการได้รับประสบการณ์ตรงและอื่นๆ ซึ่งการเรียนรู้นั้นอาจเกิดขึ้นได้ทั้งในระบบ โรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน สอดรับกับแนวคิดของสมบุรณ์ ศาลยาชีวิน (2526) ที่กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้หมายถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเกิดจากการฝึกหัดหรือ ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ในขณะที่กฤษฏา บุญชัย และคณะ (2538) อธิบายว่า กระบวนการเรียนรู้เป็นการสืบสานถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกันด้วยช่องทางต่างๆ ผ่านพิธีกรรม ค่านิยม ตัวบุคคล เช่นเดียวกับกับ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2541) กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้เป็นกระบวนการตาม ธรรมชาติในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในการดำรงชีวิตของคนและสัตว์ สอดคล้องกับสุมน ออมรวีวัฒน์ (2541) กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อชีวิตและสังคม เพื่อให้ คนดี รู้จักคิดดี ทำดี มีประโยชน์ทั้งต่อตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ อรศรี งามวิทยาพงศ์ (2549) อธิบายโดยสรุปว่า “กระบวนการเรียนรู้” คือกลไก สำคัญที่สุดซึ่งมนุษย์ใช้ปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่มี อิทธิพลต่อมนุษย์ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและสังคมระดับต่างๆ...การปรับตัวโดยอาศัยกระบวนการ เรียนรู้มิได้จำกัดอยู่เพียง ด้านกายภาพตามสัญชาตญาณทางธรรมชาติ คือ กิน อยู่ สืบพันธุ์หรือเอาตัวรอดจากภัยคุกคามต่างๆเท่านั้น หากแต่ครอบคลุมถึงกระบวนการเรียนรู้เพื่อปรับ ตัวให้สอดคล้องกับ ความรู้สึกนึกคิด จิตใจ อุดมคติ ฯลฯ ของสังคมระดับต่างๆที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยสติปัญญา ความสามารถและจินตนาการที่มีอยู่ตามธรรมชาติ

กระบวนการเรียนรู้จึงเป็นกระบวนการถ่ายทอดและการผลิตซ้ำสิ่งเดิมเอาไว้ เช่นเดียวกับที่เป็นกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์เพื่อปรับตัวกับสิ่งเดิมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง (พลวัต) อยู่ตลอดเวลา กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ในแง่ข้อเท็จจริงแล้วจะต้องมุ่งที่ การกระตุ้นและส่งเสริมการพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่มากกว่าการผลิตซ้ำสิ่งเดิม ซึ่งอาจถือเป็นส่วน หนึ่งของกระบวนการ ที่จะนำจินตนาการ (Imagination) ที่มีอยู่เฉพาะในมนุษย์เท่านั้นให้ปรากฏ ออกมาหรือ “ผุดบังเกิดขึ้น” (Emergence) สำหรับช่องทางกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วย (1) ฐานหรือแหล่งการเรียนรู้ที่หลากหลาย (2) เนื้อหาของการเรียนรู้ที่หลากหลาย (3) วิธีการ เครื่องมือของการเรียนรู้ที่หลากหลาย

นอกจากนี้เงื่อนไขของกระบวนการเรียนรู้ ประกอบด้วยอย่างน้อย 4 ประการคือ (1) เงื่อนไขของเวลาที่พอเพียง (2) เงื่อนไขการจัดการ เช่น การจัดเนื้อหา วิธีการเรียนรู้และช่องทางการเรียนรู้ที่หลากหลาย รวมทั้งการแสวงหาความสัมพันธ์เชิงสังคม การจัดโครงสร้างการเรียนรู้แบบแนวราบ การพัฒนาโลกที่มีประสิทธิภาพในการบูรณาการองค์ประกอบต่างๆ ให้ผนึกรวมขับเคลื่อนกระบวนการเรียนรู้ เช่น ในปัจจุบัน ศูนย์การเรียนรู้ต่างๆเป็นการผลิตซ้ำความรู้เดิมหรือจดจำเอามาทำตามมากกว่า หากแต่ไม่มีการจัดการให้มีช่องทางบริบท ที่จะกระตุ้นสร้างสรรค์สิ่งใหม่ จากการศึกษาสิ่งเดิม (3) กระบวนทัศน์ กระบวนทัศน์ที่เอื้อให้เกิดการเรียนรู้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ คือ กระบวนทัศน์ที่เชื่อว่า มนุษย์มีศักยภาพและความสามารถในการเรียนรู้สูงกว่าสัตว์โลกทั่วไป เนื่องจากมีจินตนาการและความดีงาม สามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้และธรรมชาติมีความหลากหลายเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน การจัดการกระบวนการเรียนรู้จึงต้องเน้นการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ (4) เงื่อนไขของกลไกการเรียนรู้ มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่รวบรวมส่งผ่านเนื้อหาการเรียนรู้และช่องทาง เครื่องมือวิธีการต่างๆ กลไกการเรียนรู้มีทั้งที่เป็นระดับบุคคล องค์กร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบท เช่น ในระดับครอบครัว กลไกการเรียนรู้ที่สำคัญคือ พ่อแม่ ระดับสังคม กลไกการเรียนรู้ที่เป็นทางการคือ โรงเรียน สถาบันการศึกษา โดยมีครู อาจารย์ เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันกระบวนการเรียนรู้ ในระดับองค์กร คือผู้นำ กลุ่มผู้นำ ซึ่งเป็นผู้กำหนดช่องทาง บริบทต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการเรียนรู้ ในสังคมระดับประเทศ คือ รัฐ สื่อมวลชน สถาบันสังคม

จากการรวบรวมข้อมูลข้างต้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดขึ้นเป็นกระบวนการ มีการสั่งสม ประมวล พัฒนาข้อมูลของตนเองอยู่ตลอดเวลา (มิใช่เกิดขึ้นโดยฉับพลัน) เพื่อให้สามารถปรับตัวและดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การเรียนรู้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเพื่อเป็นไปตามสัญชาตญาณของความเป็นมนุษย์เท่านั้น แต่เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับความรู้สึกรู้จักคิด จิตใจ อุดมคติ ฯลฯ ของสังคมระดับต่างๆ การเรียนรู้ของมนุษย์จึงเป็นกระบวนการที่ถ่ายทอดและการผลิตซ้ำสิ่งเดิมเอาไว้ในขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์เพื่อปรับตัวกับสิ่งเดิมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง

ทั้งนี้การเรียนรู้ที่แท้จริงจะต้องเรียนรู้มุ่งการพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่มากกว่าการผลิตซ้ำสิ่งเดิม เป็นการเปิดโอกาสให้มนุษย์ได้แสดงจินตนาการของตนเองให้ปรากฏออกมา การเรียนรู้มีขั้นตอนดังนี้ คือ (1) การรับรู้ เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้รับเอาข้อมูลข่าวสารหรือองค์ความรู้ต่างๆจากแหล่งความรู้ที่หลากหลายเข้ามาสั่งสมไว้เป็นประสบการณ์ของตนเอง (2) การเข้าใจ คือการที่บุคคลมองเห็นและสามารถอธิบายความหมายเป็นเหตุเป็นผลได้ในลักษณะที่อธิบายการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันของข้อมูลต่างๆที่ตนเองรับรู้หรือมีประสบการณ์มา (3) การปรับเปลี่ยน การเรียนรู้ที่แท้จริงจะต้องทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวบุคคล ได้แก่ การปรับเปลี่ยนวิธีคิด และ/หรือการเปลี่ยนแปลงในระบบคุณค่า และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

ช่องทางกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วย (1) ฐานหรือแหล่งการเรียนรู้ (2) เนื้อหาของการเรียนรู้ (3) วิธีการ เครื่องมือของการเรียนรู้ นอกจากนี้เงื่อนไขของกระบวนการเรียนรู้ ประกอบด้วยอย่างน้อย 4 ประการคือ (1) เงื่อนไขของเวลาที่พอเพียง (2) เงื่อนไขการจัดการ (3) กระบวนทัศน์ (4) เงื่อนไขของกลไกการเรียนรู้ การเรียนรู้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อชีวิตและสังคม การเรียนรู้ในเรื่องที่ดีและเป็นประโยชน์จะนำมาซึ่งสิ่งที่ดีงาม ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติหรือค่านิยมที่ถูกต้องและมีความชำนาญในงานที่ทำมากขึ้น การเรียนรู้จึงมีประโยชน์ทั้งต่อตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม

### 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน

นักวิชาการที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนไว้ อาทิอดุลย์ วังศรีคุณ (2543) แบ่งความหมายของชุมชนเป็น 3 ลักษณะ คือ (1) ชุมชนในความหมายกลุ่มคน ความหมายของชุมชนในลักษณะนี้จะเน้นที่กลุ่มคนที่อยู่ในท้องที่หรือเมืองเดียวกัน อยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกัน (Victoria Neufeldt, 1994) ตัวอย่างของชุมชนในความหมายนี้ได้แก่ กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรเดียวกัน (2) ชุมชนในความหมายพื้นที่ ความหมายของชุมชนในลักษณะนี้จะเน้นที่พื้นที่หรืออาณาบริเวณที่มีคนอยู่ร่วมกัน (Victoria Neufeldt, 1994) ชุมชนในความหมายนี้จะแสดงออกในลักษณะของชื่อของชุมชน เช่น ชุมชนบ้านจันทน์ เป็นต้น และ (3) ชุมชนในความหมายของกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ ความหมายของชุมชนในลักษณะนี้จะแสดงให้เห็นกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มย่อย (นันทนุช สังวาล, 2546) สามารถสรุปได้ว่า (1) ชุมชนในความหมายของกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน อยู่ในวงการเดียวกัน เช่น ชมรมต่างๆ (2) ชุมชนในความหมายตามแนวมานุษยวิทยา คือเน้นกลุ่มคนที่มีประวัติความเป็นมา ชาติพันธุ์ ความเชื่อ ศาสนา วัฒนธรรมเดียวกัน อยู่ร่วมกันในพื้นที่เดียวกัน มีสภาพภูมิศาสตร์ที่ช่วยให้สมาชิกของสังคมประกอบกิจกรรมที่มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกันได้ การที่ชุมชนมีลักษณะการใช้ชีวิตร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม ทำให้มีการดำรงรักษาและสืบทอดคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมและศาสนา ถ่ายทอดไปยังลูกหลาน และ (3) ชุมชนในความหมายตามแนวสังคมวิทยา จะเน้นความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน การจะรวมกันของสมาชิกอาจจะอยู่ในพื้นที่เดียวกันหรือไม่ก็ได้ สิ่งสำคัญคือ สมาชิกจะต้องมีความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และมีการจัดการ



พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (2548) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนไว้ว่า ชุมชน หมายถึง “การรวมตัวของคน” ที่มีจิตสำนึกและความมุ่งมั่นร่วมกัน เป็นสายใยของความสัมพันธ์ที่มี ขบวนการยึดโยง สนับสนุนซึ่งกันและกัน การเรียนรู้ของชุมชนจึงเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ ระหว่างคนกับคน และคนกับสิ่งแวดล้อม เป็นการเรียนรู้สิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง พื้นฐานการเรียนรู้ของชุมชน ส่วน หนึ่งมาจากการเรียนรู้ของปัจเจกบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ประสบการณ์ และการสร้างชุด ความรู้ เพื่อจัดการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องอันเกี่ยวเนื่องกับชีวิต การงานและความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคล

สรุปได้ว่าชุมชน เป็นการรวมตัวของคนที่มีจิตสำนึกและความมุ่งมั่นร่วมกัน เป็นสายใยของ ความสัมพันธ์ที่มีขบวนการยึดโยง สนับสนุนซึ่งกันและกัน การเป็นชุมชนอาจไม่จำเป็นต้องอยู่รวมกัน อาจมีชาติพันธุ์ วัฒนธรรมเดียวกันหรือไม่ก็ได้ แต่สิ่งสำคัญที่ต้องมีร่วมกันคือ กลุ่มคนที่มารวมตัวกัน นั้นต้องมีวัตถุประสงค์ของการมารวมตัวร่วมกัน (นันทนุช สังวาล, 2546) ทั้งนี้ชุมชนมีความเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงความเป็นชุมชนเป็นพลวัตทำให้ไม่มีความหมายแน่นอนตายตัวการให้ความหมายทาง สังคมจึงเป็นสื่อที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ทางสังคมหรือการจัดระบบความสัมพันธ์ใหม่ทั้งภายในและ ภายนอกชุมชน (คมพล สุวรรณภูมิ, 2544)

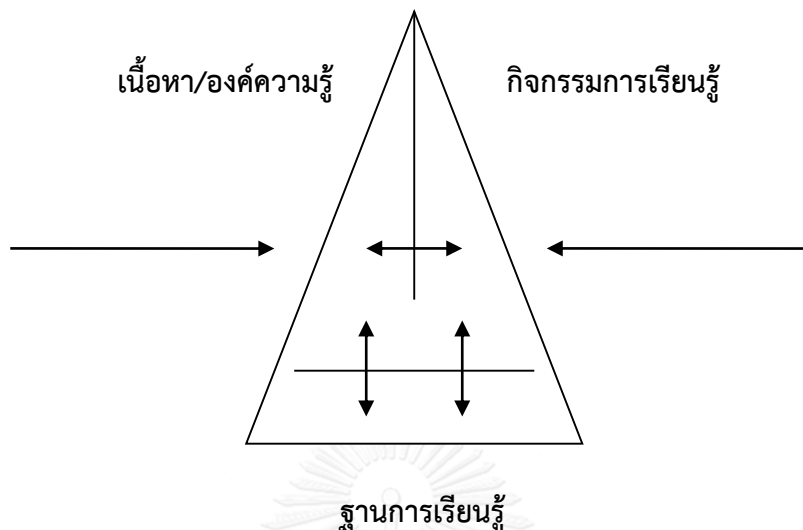
### 3.3 องค์ประกอบหรือกลไกที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน

หน่วยงาน และนักวิชาการได้อธิบายองค์ประกอบหรือกลไกที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนไว้ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (อ้างถึงใน นันทนุช สังวาล, 2546) อธิบายการ เรียนรู้ในบริบทของชุมชน ว่า องค์ประกอบหรือกลไกที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน สรุปได้ ดังนี้ (1) เครือข่ายและองค์กรชาวบ้าน การจัดการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ของชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่ จะต้องให้การส่งเสริมและสนับสนุนเครือข่ายและองค์กรชาวบ้าน เครือข่ายเป็นเครื่องมือสำคัญในการ เชื่อมส่วนต่างๆเข้าหากัน ส่วนองค์กรชาวบ้านเป็นเครื่องมือในการจัดการทั้งในด้านผลผลิต ทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และการเรียนรู้ของชุมชน เครือข่ายและองค์กรชาวบ้านจึงมีบทบาทเสริม และสนับสนุนซึ่งกันและกันในกระบวนการเรียนรู้ (2) ระบบข้อมูลสารสนเทศ การเรียนรู้ของชุมชน จำเป็นต้องอาศัย ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ในระยะแรกการเรียนรู้อาจใช้ข้อมูล ข่าวสารและความรู้ใน ชุมชนเมื่อกระบวนการเรียนรู้เข้มแข็งและกว้างขวางขึ้น ข้อมูลข่าวสารและความรู้จากภายนอกก็เป็น สิ่งจำเป็น และ (3) สถาบันการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งหมายถึง กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่มีความ มั่นคงต่อเนื่อง อันเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การเรียนรู้ของชุมชน

สอดคล้องกันกับแนวคิดของ สีลาภรณ์ นาคทรพรพ (2539) ที่ได้อธิบายไว้ว่าองค์ประกอบ กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนไว้ดังนี้ (1) ฐานการเรียนรู้ หมายถึง แหล่งของการเรียนรู้ที่มีอยู่รอบตัว ทั้งในครอบครัว หมู่บ้าน ชุมชน และต่างชุมชน ในธรรมชาติ เช่นเดียวกับผู้ให้การเรียนรู้มีมากมาย ทั้ง พ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย พี่ป้า น้าอา เพื่อน พระ นักบวช หรือผู้นำศาสนา ครู ช่าง พ่อค้า หมอพื้นบ้าน แม่กระทั่งต้นไม้ สัตว์ป่า สัตว์เลี้ยง ฯลฯ รวมทั้งเครือข่าย องค์กรชาวบ้าน และทรัพยากรอื่นๆ (2) เนื้อหา หรือ องค์ความรู้ เนื้อหาของการเรียนรู้ของชุมชนจะกำหนดจากความต้องการและความจำเป็นของชุมชนเป็นหลัก และเป็นเนื้อหาในเชิงปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี คือเป็นรูปธรรม มากกว่าเป็นนามธรรม ซึ่งหากพิจารณาโดยผิวเผินแล้ว อาจคิดว่า การเรียนรู้ของชุมชนไม่มีเนื้อหา แต่ในความเป็นจริงแล้วกลับครอบคลุมเนื้อหาวิชาต่างๆ ไว้อย่างครบถ้วน เพียงแต่เนื้อหาเหล่านี้ไม่ได้แยกออกมาเป็นรายวิชา หากแต่สอดแทรกอยู่ในการดำรงชีวิตแต่ละด้าน เช่น วิชาเศรษฐศาสตร์ เรียนรู้จากการผลิต การบริโภคและแลกเปลี่ยนผลผลิต ฯลฯ วิชารัฐศาสตร์เรียนรู้จากการปกครองภายในชุมชน วิชาจิตวิทยา เรียนรู้จากการติดต่อสัมพันธ์และอยู่อาศัย ทำงานร่วมกัน วิชานิเวศวิทยา เรียนรู้จากการทำนาทำสวน เรียนรู้จากธรรมชาติ เทคโนโลยี เรียนรู้จากการแสวงหาทางแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการดำรงชีวิต เป็นต้น และ(3) กิจกรรมการเรียนรู้มีหลายวิธี ทั้งการสอน การสังเกต การอ่าน การฟังการถาม การทดลองทำการเลียนแบบ การคิดไตร่ตรอง การแลกเปลี่ยน ฯลฯ กิจกรรมการเรียนรู้ทั้งหลายเหล่านี้มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับเนื้อหาที่ไม่เหมือนกัน ความถนัดที่ไม่เท่ากันของผู้เรียน ผู้สอนแต่ละคน

จากการรวบรวมข้อมูลข้างต้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า การเรียนรู้จำเป็นต้องเกิดแรงจูงใจ สิ่งจูงใจ การเรียนรู้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยเกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 ด้าน คือ(1) ความรู้ ความเข้าใจ และความคิด (2) อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะคติ ค่านิยม และ (3) ความชำนาญซึ่ง การเรียนรู้นั้นอาจเกิดขึ้นได้ทั้งในระบบโรงเรียนโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน รวมทั้งเป็นการสืบสาน ถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกันด้วยช่องทางต่างๆ ผ่านพิธีกรรม ค่านิยม วัฒนธรรม

ทั้งนี้อุดลย์ วังศรีคุณ (2543) สรุปและอธิบายความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันขององค์ประกอบ การเรียนรู้ของชุมชน ดังนี้



แผนภาพที่ 2: 2-1 องค์ประกอบการเรียนรู้ของชุมชน

โดยได้อธิบายว่า จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง พบว่า องค์ประกอบของการเรียนรู้ที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็งประกอบด้วย (1) กิจกรรมการเรียนรู้ โดยกิจกรรมการเรียนรู้ที่ปรากฏในงานวิจัยส่วนใหญ่ ได้แก่ การ ศึกษาจากชุมชนอื่น การศึกษาดูงาน การทัศนศึกษา การสนทนาปรึกษาหารือและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การประชุมอย่างเป็นทางการ การปฏิบัติจริง (2) ฐานการเรียนรู้ ประกอบด้วย ฐานการเรียนรู้ในชุมชน และฐานการเรียนรู้ภายนอกชุมชน ได้แก่ ชุมชน บุคคล องค์กรภายนอก และ(3) เนื้อหาหรือองค์ความรู้ ประกอบด้วย เนื้อหา - ด้านปัญหา - ความต้องการการพัฒนาและด้านการแก้ปัญหา - พัฒนาชุมชน

นอกจากนี้พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2548: 100-105) อธิบายว่า การเรียนรู้ของชุมชนเป็นการเรียนรู้ที่ไม่มีวันจบ มีการแปรเปลี่ยนไปตามเงื่อนไขที่เกิดขึ้น โดยการเรียนรู้ในสังคมไทยมีลักษณะร่วมกันอย่างน้อย 4 ประการ สรุปได้ดังนี้ **ประการแรก การเรียนรู้ของชุมชนเป็นเรื่องของชีวิตและการทำงาน** ชุมชนจะดำเนินวิถีชีวิตของชุมชนไม่ได้ถ้าไม่เข้าใจในบริบทที่ตนเองเป็นอยู่ การเรียนรู้ของชุมชนจึงเป็นการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและงานที่จะต้องมีการจัดการตนเองเพื่อให้กลุ่มหรือกิจกรรมต่างๆภายในชุมชนได้ประกอบกิจกรรมของตนตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อสถาบันในชุมชนไม่ว่าจะเป็น บ้าน วัด โรงเรียน หรือองค์กรชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกำหนดการจัดการตนเองได้ ชุมชนก็จะเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ที่สามารถสร้างชุดความรู้ของตนเองขึ้นมา แล้วประยุกต์กับการทำงานและวิถีชีวิต ผลลัพธ์ของการเรียนรู้ คือชีวิตและงานที่มีความงอกงาม **ประการที่สอง ปัญหา คือ เครื่องมือการเรียนรู้ของชุมชน** การเรียนรู้จากปัญหาที่ชุมชนเผชิญอยู่เป็นปัจจัยที่ทำให้

ชุมชนต่อสู้และหาทางออกร่วมกัน ผลลัพธ์ของการแก้ไขปัญหา คือ การเรียนรู้และสร้างความรู้ใหม่ ของชุมชน **ประการที่สาม การเรียนรู้ของชุมชนเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน** การเรียนรู้ของปัจเจกบุคคล เป็นการเรียนรู้เฉพาะตัว แต่การเกิดการเรียนรู้ของชุมชนเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในหลาย พื้นที่ทั่วภูมิภาคในสังคมไทยหรือแม้แต่ในกรุงเทพมหานคร ความเป็นชุมชนที่มีความใกล้ชิดสนิทสนม กัน มักจะมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ ความคิดและการจัดการร่วมกัน อีกนัยหนึ่ง การเรียนรู้ของชุมชนนั้นเกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ที่เป็นการผสมผสานระหว่างความรู้ที่ชุมชนมีอยู่ และความรู้จากภายนอกชุมชน โดยการเรียนรู้และการปรับตัวของชุมชนให้กับสถานการณ์ที่ แปรเปลี่ยน รวมถึงการประเมินตนเองตลอดเวลา จะทำให้ชุมชนเกิดความรู้ใหม่

อย่างไรก็ดีชุมชนที่ขาดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมักจะพ่ายแพ้ต่ออิทธิพลทางความคิดและ วัฒนธรรมที่เข้มแข็งกว่า ผลก็คือการล่มสลายของชุมชนหรือการตกอยู่ในสภาวะการพึ่งพา ดังนั้นการ ผสมผสานหรือการจัดการความรู้ในมิติต่างๆ จะทำให้ชุมชนเกิดชุดความรู้ใหม่และสร้างวิถีแห่งการ พึ่งพาตนเอง **ประการสุดท้าย การเรียนรู้ของชุมชนเป็นการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริง** ชุมชนเป็น แหล่งความรู้และห้องปฏิบัติการที่ยิ่งใหญ่ โดยเหตุที่ทุกชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับคน กลุ่มคน วิถีคิด ระบบการจัดการที่เชื่อมโยงกันอย่างสลับซับซ้อน การเรียนรู้จากการลงมือทำ มีการทดลอง ผลิตซ้ำ จนได้ความรู้และความเข้าใจนั้นจะช่วยให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีวิถีของชุมชนซึ่งถ้าไม่มีการลงมือ ปฏิบัติอย่างจริงจัง ชุมชนจะไม่สามารถเผชิญกับปัญหาได้ รวมทั้งการสร้างความรู้หรือภูมิปัญญาของ ตนขึ้นมาใหม่ แต่ถ้าชุมชนปฏิบัติจนชำนาญแล้ว ชุมชนสามารถสร้างความรู้และภูมิปัญญาของตนเอง ขึ้นมาซึ่งผลผลิตของความรู้ นั้น กลายเป็นนวัตกรรมของชุมชนทั้งในรูปแบบของเครื่องมือ เครื่องใช้ วัฒนธรรม ประเพณี และระบบการจัดการ ทั้งอาจแพร่ขยายไปยังชุมชนอื่น เพราะฉะนั้นภูมิปัญญา และเครื่องมือต่างๆ เช่น เครื่องจักรสาน ศิลปะการสร้างบ้าน ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตก็เป็นผลผลิตจาก การปฏิบัติและใช้ได้จริงในชุมชนนั้นๆ

ทั้งนี้การเรียนรู้ของชุมชนจะเกี่ยวข้องกับช่วงเวลาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น บางช่วงอาจมี ความเข้มแข็งซึ่งก่อให้เกิดศักยภาพในการพัฒนาและระบบการจัดการที่ดีของชุมชน แต่ในบางครั้งการ เรียนรู้ตกอยู่ในภาวะถดถอย เช่น การขาดผู้นำที่เข้มแข็ง ความขัดแย้งในชุมชน ฯลฯ และจากอิทธิพล ของความรู้ ค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมจากภายนอกที่หลั่งไหลเข้าสู่ชุมชน ซึ่งชุมชนจะต้อง ร่วมกันสำรวจและสร้างอัตลักษณ์ของตนเองขึ้นมาใหม่

**กลไกการจัดการเรียนรู้ของชุมชน** พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (2548) อธิบายว่า กลไกการ จัดการเรียนรู้ของชุมชน คือ หน่วยจัดการที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้และสนับสนุน ให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ระหว่างภาคีที่เกี่ยวข้อง เชื่อมประสานและยกระดับฐานความรู้ของแต่ละ ชุมชนที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในลักษณะ “ทุนทางปัญญา” และ “คลังข้อมูลความรู้” ของ ชุมชน กลไกการจัดการเรียนรู้ที่ได้รับการออกแบบที่เหมาะสมก่อให้เกิดการอำนวยความสะดวกการเรียนรู้และการ

ตัดสินใจเลือกเส้นทางใหม่ๆในการทำกิจกรรมต่างๆในชุมชน ซึ่งกลไกการจัดการเรียนรู้ของชุมชนอาจเป็นไปในรูปแบบต่างๆ เช่น กลุ่มองค์กร เครือข่ายการเรียนรู้หรือศูนย์การประสานความร่วมมือ ฯลฯ โดยกลไกการจัดการเหล่านั้นจะทำหน้าที่เป็นแกนหมุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการขยายแนวคิดให้กว้างขวางออกไปซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ (1) คน กลุ่มคน ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ (2) องค์กร หรือสถาบันทางสังคม (3) ฐานข้อมูล ความรู้ที่นำมาแลกเปลี่ยน (ประเด็น ความรู้ และกิจกรรมร่วม และ (4) เทคนิคหรือเครื่องมือ และระบบการจัดการที่ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

องค์กรที่มีกลไกการจัดการเรียนรู้ย่อมสามารถจะยกระดับฐานข้อมูลและความรู้ไปสู่การปฏิบัติและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรมได้ แต่ถ้าไม่มีกลไกการจัดการและขาดเทคนิค เครื่องมือการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม ชุดความรู้และกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่มีอยู่อาจไม่ได้รับการสานต่อและถูกกระแสนการเรียนรู้ในด้านอื่นที่ไม่เหมาะสมในบริบทของชุมชนเข้ามามีอิทธิพลต่อระบบการเรียนรู้ภายในเมื่อสร้างและเชื่อมประสานการจัดการเรียนรู้แล้วจะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถสร้างฐานข้อมูล ความรู้ และการจัดการความรู้ของชุมชนได้ พร้อมทั้งสามารถขยายฐานคิดเหล่านั้นไปสู่ชุมชนอื่น สังคมอื่นในลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

**เทคนิค วิธีการจัดการเรียนรู้ในระดับชุมชน** ปารีชาติวัลย์เสถียรและคณะ (2552) ได้อธิบายไว้ว่า เทคนิค วิธีการจัดการเรียนรู้ในระดับชุมชน ประกอบด้วย (1) การรณรงค์ด้วยสื่อ การแจกเอกสารคู่มือต่างๆกับชาวบ้าน การติดแผ่นโปสเตอร์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (2) การให้โอกาสทางการศึกษาในระบบและนอกระบบด้วยวิธีการต่างๆ (3) การฝึกงาน การสอนทักษะไปพร้อมกับการทำงาน การฝึกอาชีพ (4) การจัดโรงเรียนทางเลือก เช่น โรงเรียนท่ามาหากิน หมู่บ้านเด็ก (5) ห้องสมุดและศูนย์ข้อมูล ซึ่งเก็บรวบรวมผลงานขององค์กรและงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องไว้บริการแก่ชุมชน (6) การสาธิต มักทำภายในหมู่บ้าน เพื่อให้ชาวบ้านเห็นและเข้าใจอย่างใกล้ชิด มักจะเป็นกิจกรรมร่วมของหมู่บ้าน (7) การฝึกอบรม ส่วนใหญ่เป็นการให้ความรู้เฉพาะเรื่อง โดยเชิญวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้ความรู้โดยตรงในหมู่บ้านหรือการส่งตัวแทนชาวบ้านหรือผู้สนใจไปรับการอบรมกับโครงการอื่นนอกพื้นที่ (8) การศึกษาดูงาน ทัศนศึกษา ได้แก่ การพากันไปหาชมไปดูตัวอย่างการพัฒนาในที่อื่นๆทั้งที่เป็นตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว (9) การสัมมนา ส่วนใหญ่เน้นที่กลุ่มผู้นำ จะมีการสัมมนาแลกเปลี่ยนกันเองระหว่างผู้นำในพื้นที่หรือระหว่างพื้นที่ต่างๆ (10) การจัดกิจกรรมพบปะ เพื่อแลกเปลี่ยน ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ เป็นกิจกรรมที่จัดทั้งในระดับผู้นำภายในและสมาชิกชาวบ้าน การค้นหาผู้รู้ที่เป็นปราชญ์ เชิญชวนให้มาพบเพื่อรู้จักและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ประสานให้เกิดความรู้ใหม่ทำโดยการจัดกลุ่มพูดคุยแลกเปลี่ยนกันเองระหว่างชาวบ้านกับผู้นำ หรือระหว่างผู้นำกันเอง (11) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนเป็นกลไกในการแพร่กระจายข่าวสารข้อมูลในวงกว้างและมีบทบาทสำคัญในการให้การศึกษาแก่สาธารณะชนได้เป็นอย่างดี และสุดท้ายคือ การจัดเวทีหรืองานมหกรรมเพื่อการรณรงค์

เป็นแนวทางการทำงานเพื่อยกระดับจากการนำเสนอภาพปัญหาสู่การเรียกร้องการแก้ปัญหาในระดับนโยบาย

### 3.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน

ปาน กิมปี (2540) พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของเครือข่ายการเรียนรู้ คือ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเผยแพร่แนวคิดใหม่เกี่ยวกับการพัฒนา การให้ความสำคัญของรัฐต่อนโยบายการพัฒนาความร่วมมือและการสนับสนุนจากองค์การภายนอกที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความตระหนักในปัญหา ความสามารถของผู้นำชุมชน รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสม และความสามารถในการประสานเชื่อมโยงกับองค์กรอื่น สอดคล้องกับ อดุลย์ วังศรีคุณ (2543) กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนไว้ 3 ประการ คือ ประการแรกปัจจัยภายในชุมชน ประกอบไปด้วย สภาพะพื้นฐานในชุมชน (ผู้นำ สมาชิก ทรัพยากร ภูมิปัญญา) กระบวนการทางสังคม (ความสามัคคี การมีส่วนร่วม การช่วยเหลือเกื้อกูล) และความต้องการการพัฒนา ประการที่สอง ปัจจัยภายนอกชุมชน ประกอบไปด้วย นโยบายของรัฐ การสนับสนุนจากรัฐ และการสนับสนุนจากหน่วยงานและบุคคลภายนอก และประการสุดท้ายปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ประกอบไปด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี

ทั้งนี้พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความเข้มแข็งของเครือข่าย โดยแบ่งออกเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายใน ได้แก่ การมีส่วนร่วม จิตสำนึกของบุคคลในองค์กรหรือเครือข่าย ภาวะผู้นำ ระบบบริหารจัดการ ระบบสารสนเทศ ระบบสื่อสาร พันธกรณีที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การจัดการและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

และปัจจัยภายนอก ได้แก่ การส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในแง่ของหน่วยงานตามสายบังคับบัญชา(แนวตั้ง) และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (แนวระดับ)

เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับที่ อมรวิรัช นาคทรพร (2551) อธิบายถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเข้มแข็งของชุมชนว่า ประกอบด้วยสองปัจจัย คือปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายในชุมชนประกอบด้วยสามปัจจัยย่อย ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานในชุมชน เช่น ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ของชุมชนระบบคุณค่าร่วมกันของชุมชน (ศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม) บารมีและความรู้ของผู้นำชุมชน ปัจจัยทุนทางสังคม คือ ความสัมพันธ์รักใคร่ และไว้วางใจซึ่งกันและกัน รวมทั้ง การมีภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งจะเป็หัวใจในการทำงานร่วมกัน ทั้งภายในชุมชนเอง และระหว่างชุมชนกับหน่วยงานอื่น และปัจจัยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นฐาน ในการจัดกิจกรรมต่างๆ ปัจจัยการปรับตัวขององค์กรที่มีอยู่ในชุมชน และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในส่วนของปัจจัยภายนอกชุมชน จะเป็นปัจจัยเสริมเท่านั้น เพราะความเข้มแข็งของชุมชนที่แท้จริงจะเกิดขึ้นได้นั้นต้องเป็นกระบวนการกระทำที่เกิดขึ้นภายในชุมชน แต่อย่างไรก็ดีปัจจัยภายนอกอาจจะเป็นตัวเร่งหรือตัว

ถ่วงกระบวนการชุมชนได้เช่นกัน ซึ่งอมรวิรัช นาคทรพรพ (2551) ได้ กล่าวถึงปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการของชุมชน 2 ประการด้วยกัน คือ กระแสสังคม และบทบาทของรัฐโดยเฉพาะมิติด้านความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับชุมชนและมิติด้านนโยบายของรัฐ

สรุปโดยภาพรวมได้ว่าการเรียนรู้ของชุมชนเป็นการเรียนรู้เรื่องของชีวิตและการทำงาน การเรียนรู้จากปัญหาที่ชุมชนเผชิญอยู่เป็นปัจจัยที่ทำให้ชุมชนต่อสู้และหาทางออกร่วมกัน ผลลัพธ์ของการแก้ไขปัญหา คือ การเรียนรู้และสร้างความรู้ใหม่ของชุมชน อีกทั้งการเรียนรู้ของชุมชนเป็นการเรียนรู้ร่วมกันและเป็นการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริง สำหรับองค์ประกอบหรือกลไกการเรียนรู้ของชุมชนประกอบด้วย คน กลุ่มคน ผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ องค์กร หรือสถาบันทางสังคม ทั้งจากภายในชุมชนหรือภายนอกชุมชน รวมทั้งฐานข้อมูล ความรู้ที่นำมาแลกเปลี่ยน (ประเด็น ความรู้ และกิจกรรมร่วม) ทั้งยังต้องมีเทคนิคหรือเครื่องมือ และระบบการจัดการที่ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

นอกจากนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน ประกอบด้วย ปัจจัยภายในของชุมชน คือ สถานะพื้นฐานในชุมชน (ผู้นำ สมาชิก ทรัพยากรภูมิปัญญา) กระบวนการทางสังคม (ความสามัคคี การมีส่วนร่วม การช่วยเหลือเกื้อกูล) ระบบบริหารจัดการ ระบบสารสนเทศ ระบบสื่อสารพันธกรณีที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การจัดการและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง และปัจจัยภายนอก คือ กระแสสังคม และบทบาทของรัฐโดยเฉพาะมิติด้านความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับชุมชน และมิติด้านนโยบายของรัฐ การสนับสนุนจากรัฐ และการสนับสนุนจากหน่วยงานและบุคคลภายนอก ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

#### ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การทอ่งเที้ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทฤษฎีทางสังคมวิทยา: แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism)

การศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการทอ่งเที้ยวเชิงสร้างสรรค์ ทางผู้วิจัยได้พิจารณาเลือกทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functional Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยามาใช้เป็นแนวความคิดหลักในการค้นคว้าและการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมในปัจจุบัน โดยเนื้อหาในส่วนี้จะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) และ (2) การวิเคราะห์การทอ่งเที้ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของทาลคอต พาร์สันส์ (Talcott parsons)

#### 4.1 แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism)

ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ชนิตา รักษ์พลเมือง (2531) อธิบายว่า ระหว่างศตวรรษที่ 19 นักปรัชญาสังคมในยุโรปตั้งข้อสงสัยหลักการลัทธิอรรถประโยชน์นิยม (utilitarianism) ทั้งนี้เพราะสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป นักสังคมวิทยาฝรั่งเศสหลายคนล้มเลิกความเชื่อข้อสมมติฐานที่ว่า ระเบียบสังคมจะเกิดขึ้นได้เองหากปล่อยให้บุคคลแข่งขันได้อย่างเสรี การปฏิวัติอุตสาหกรรมและการสร้างเมือง รวมทั้งความไม่มั่นคงทางการเมืองปลายทศวรรษที่ 18 ดังที่จะเห็นได้จากการปฏิวัติฝรั่งเศสครั้งรุนแรงเมื่อปีค.ศ.1776 ทำให้นักปรัชญาสังคมหันมาให้ความสนใจปัญหาของการดำรงรักษาระเบียบสังคม เริ่มตั้งคำถามอย่างจริงจังว่า “เหตุใดสังคมจึงเกิดและด้วยวิธีการใด” “อะไรคือสิ่งที่รวมสังคมเข้าไว้ด้วยกัน” และ “อะไรทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไป” มูลเหตุของทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม คือ August Comte ตามด้วย Herbert Spencer และ Emile Durkheim แนวคิดของท่านทั้งสามมีอิทธิพลต่อนักมานุษยวิทยาเชิงหน้าที่นิยมสองคนคือ Bronislaw Malinowski และ A.R. Radcliffe Brown) ผู้ซึ่งมีทฤษฎีที่เมื่อผนวกกับแนวคิดของสามคนแรกแล้วทำให้เกิดแนวคิดลัทธิหน้าที่นิยมสมัยใหม่ และอีกแนวคิดหนึ่งที่ช่วยกำหนดรูปแบบแนวคิดให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นคือ แนวคิดของ Max Weber เป็นแนวคิดเรื่องประเภทสังคมในอุดมคติ (ideal type) ทั้งในความหมายเชิงจิตวิสัยและโครงสร้างอันเป็นยุทธวิธีศึกษา “อินทรีย์สังคม”

ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม ศึกษาสังคมแบบสถิตย์ (Social Statics) โดยสมมุติว่าสังคมอยู่ในสภาพนิ่ง (Static Condition) เพื่อที่จะได้ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสัมพันธ์ภาพของส่วนต่างๆ (Parts) ที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นสังคม ซึ่งเรียกว่า “โครงสร้าง” ของสังคม (Structure of a society) และส่วนย่อยของสังคมเหล่านี้มีหน้าที่ (function) ต่างๆ อย่างเป็นระบบ (System) เพื่อความดำรงอยู่ของแต่ละสังคมอันเป็นเป้าหมายสุดท้ายของแต่ละสังคม (ชนิตา รักษ์พลเมือง, 2531)

สังคมในทัศนะของสำนักนี้จึงเป็นระบบกระทำการ (an operating system) ชนิดหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยระบบย่อย (subsystem) หลายระบบ ระบบย่อยในระบบสังคมนี้นอกจากปฏิบัติหน้าที่ (function) ในส่วนของตนตามถนัด เช่น แบบทางการศึกษาทำหน้าที่ให้การศึกษอบรมให้สอดคล้องกันไปกับการทำหน้าที่ของระบบย่อยอื่นๆ เพื่อการคงอยู่ของส่วนรวมทั้งหมด (ทำให้สังคมดำรงอยู่ได้) ระบบย่อยๆ เหล่านี้จึงมีความเป็นอิสระ ขณะเดียวกันก็รวมกันเป็นปึกแผ่นได้อย่างสมบูรณ์พอสมควร โดยมีหลักการใหญ่ๆ ในระบบกระทำการดังนี้ (ชนิตา รักษ์พลเมือง, 2531)



- (1) สัมพันธภาพระหว่างส่วนต่างๆ ซึ่งประกอบกันเข้ามาเป็นระบบแต่ละระบบนั้นต้องมีลักษณะถาวรพอประมาณ อย่างน้อยก็จะต้องสามารถทำให้ระบบนั้นๆ ทำหน้าที่ของตนได้อย่างปกติ
- (2) ระบบแต่ละระบบมีความโน้มเอียงที่จะป้องกันตนเองจากการแทรกแซง หรือการทำลายจากระบบอื่นๆ (boundary maintenance)
- (3) ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงบางประการเกิดขึ้นภายในส่วนต่างๆ ของระบบตามปกติแล้วการเปลี่ยนแปลงนั้นย่อมเป็นไปเพื่อความอยู่รอด หรือเพื่อการทำหน้าที่ดียิ่งขึ้น เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมมากขึ้นกว่าเดิม
- (4) ตามปกติแล้วระบบแต่ละระบบจะรักษาดุลยภาพ (equilibrium) ระหว่างสัมพันธภาพของส่วนต่างๆ ของตนไว้เสมอ การเสียสมดุลภาพในการปฏิบัติงานของส่วนต่างๆ ในบางครั้งถือว่าเป็นเหตุการณ์ผิดปกติ อาจอยู่ในภาวะปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ หรืออาจถูกแทรกแซงจากระบบอื่น
- (5) ระบบที่ไม่สามารถรักษาดุลยภาพไว้ได้ ในที่สุดจะสลายตัวกลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบอื่น หรือเปลี่ยนสภาพเป็นระบบแบบใหม่ก็ได้

ระบบสังคมนี้จะต้องดำรงอยู่ตลอดไป แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลซึ่งเป็นสมาชิกอันเนื่องมาจากการเกิด แก่ เจ็บ ตาย และการที่สังคมจะดำรงอยู่ได้จะต้องมีโครงสร้างซึ่งทำหน้าที่สำคัญต่างๆ ในสังคม ได้แก่ การมีสถาบันหลัก อาทิ ครอบครัว เศรษฐกิจ ศาสนา การเมือง การศึกษา สถาบันเหล่านี้ต่างมีหน้าที่ของตน ขณะเดียวกันก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน หน้าที่สำคัญของสถาบันสังคมที่เป็นหลักเหล่านี้คือ การทำหน้าที่ที่จำเป็นของสังคม อันจะช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ เป็นกลไกที่ทำงานเพื่อประโยชน์ของสังคมและบุคคลที่อยู่ร่วมกันในสังคมทุกสังคม จึงมีหน้าที่สร้างกฎระเบียบ กำหนดสิทธิ หน้าที่ และรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จนกระทั่งสังคมมีระเบียบ ปรากฏการณ์ทางสังคมในแนวความคิดทฤษฎีนี้จึงมีความสม่ำเสมอ หรือมีระเบียบอยู่อย่างน้อยที่สุดก็พอที่จะหาความสม่ำเสมอได้ในระดับหนึ่ง อันจะทำให้เราสามารถศึกษาให้รู้ถึงธรรมชาติหรือเอกลักษณ์ของแต่ละปรากฏการณ์ได้

ชมรมพัฒนาสังคม (2534) มองแนวความคิดพื้นฐานของสำนักโครงสร้าง-หน้าที่นิยม(Basic concept of Structural-Function school) โดยสังคมเป็นระบบ (System) และในระบบนั้น จะประกอบด้วยระบบย่อย(Subsystem) อันเป็นส่วนประกอบที่ทำให้ระบบใหญ่คงอยู่ ในระบบย่อยแต่ละระบบย่อยจะต้องมีหน้าที่(Function) ในตัวของมันเอง ในลักษณะโดยเท่าเทียมกัน เมื่อระบบย่อยทั้งหลายต่างมรภารกิจการหน้าที่ในตัวของมันเอง ก็จะต้องประพฤติบทบาทหน้าที่ ให้เป็นไปตามบทบาทของมัน แต่ถ้าระบบย่อยทำหน้าที่โดยไม่ถูกต้องสมบูรณ์(Dysfunction) การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดขึ้น ไม่ว่าจะผ่านทางบวกหรือทางลบภายในระบบย่อยส่วนใดส่วนหนึ่งก็ย่อมกระทบกระเทือนส่วนอื่นๆ ด้วยเหตุผลก็คือว่าเป็นระบบที่มีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ต่อกัน สุดท้ายระบบทุกระบบจะต้องมีการปรับตัว (Adaptation) เข้าหากัน ผลของการมีปฏิสัมพันธ์กัน และการปรับตัวเข้าหากันในกลไก

ของระบบ ทำให้เข้าสู่สภาวะสมดุล (Balance) จะเห็นได้ว่าหลักคิดของสำนักนี้มาจากวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ (Biology) และกลไก (Mechanical)

## 4.2 ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism)

### ตามแนวคิดของทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons: 1902-1979)

ระบบสังคม (Social System) ตามแนวความคิดของทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons: 1902-1979) ในเรื่อง “ระบบสังคม” เริ่มที่จุดเล็กๆ คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรา (Ego) กับผู้อื่น (Alter ego) เขาจึงนิยามคำว่า “Social System” ดังนั้น “ระบบสังคมประกอบไปด้วยคนหลายๆ คนมาปฏิสัมพันธ์กันในสถานการณ์อันใดอันหนึ่ง ผู้กระทำได้รับแรงจูงใจในแนวโน้มมีความพึงพอใจสูงสุด ถูกกำหนด และเชื่อมต่อในระบบที่มีสัญลักษณ์ทางมีโครงสร้างวัฒนธรรม และร่วมกันอยู่” ความหมายของพาร์สัน “การกระทำ” มีความสำคัญอย่างมากในการอธิบายและศึกษา ระบบสังคม เนื่องจากการกระทำของ 5 ส่วน (Parsons and Smelser, 1984: 19) ประกอบด้วย (1) actor (2) situation (3) goals (4) means และ (5) actor's orientation โดย ชีราพร ทวีธรรมเจริญ (2553: 111) อธิบายไว้ดังนี้ (1) actor (ผู้กระทำ) คือ บุคคลที่มีประสบการณ์ต่างๆ และรู้จักควบคุมสถานการณ์มีวิธีการต่างๆ เพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ (2) situation (สถานการณ์) คือ เงื่อนไขต่างๆ ที่ผู้กระทำรู้จักและมีอิทธิพลต่อการเลือกจุดมุ่งหมาย และจะดำเนินการต่างๆ ไปสู่จุดมุ่งหมายนั้นๆ (3) goals (จุดมุ่งหมาย) คือ สิ่งที่ผู้กระทำตั้งเป้าหมายที่จะทำให้สำเร็จ (4) means (วิธีการ) คือ แนวทางที่ผู้กระทำเลือกที่จะปฏิบัติเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายนั้นๆ และ (5) actor's orientation (แนวคิดของผู้กระทำ) คือ ค่านิยม บรรทัดฐาน และความคิดอื่นๆ ที่ผู้กระทำใช้เป็นแนวทางประกอบการเลือกวิธีการในการดำเนินการต่างๆ ให้ไปสู่จุดมุ่งหมายภายใต้สถานการณ์นั้น

ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons: 1902-1979) กล่าวถึงในระบบสังคมและหน้าที่พื้นฐานว่า หน้าที่ คือกลุ่มของกิจกรรมที่ดำเนินไปเพื่อสนองตอบความต้องการของระบบสังคม ในเบื้องต้น ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) เห็นว่าสังคมเป็นระบบ ในระบบสังคมนี้มีหน้าที่ คือมีการทำกิจกรรม แต่กิจกรรมนี้ทำเป็นกลุ่มๆ และทำขึ้นมาเพื่อสนองตอบความต้องการของระบบ (สุภางค์ จันทวานิช, 2552) ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ทำการวิเคราะห์ธรรมชาติของระบบการกระทำต่างๆ เห็นว่าระบบมีข้อจำเป็นเชิงหน้าที่ คือ การสร้างบูรณาการระหว่างระบบร่างกายสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ระบบบุคลิกภาพ ระบบวัฒนธรรมและระบบสังคม โดยมองว่าหากระบบกระทำการจะดำรงอยู่ได้โดยสามารถรักษาดุลยภาพ และบรรลุถึงข้อจำกัดเป็นเชิงหน้าที่ได้จะต้องแก้ปัญหาที่สำคัญ 4 ประการ **GAIL** ซึ่งเรียกว่า “ข้อจำเป็นเชิงหน้าที่” (The Functional Imperatives) ซึ่งสังคมประสบปัญหาในการค้นหาเป้าหมาย (goal attainment) การปรับตัว (adaptation) และการประสานส่วนต่างๆ ให้กลมกลืนกัน (integration) ตลอดจนสะสมและสร้างสรรค์พลังงาน (latency)

ทั้งนี้ ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) (อ้างถึงใน ชนิตา รัชพลเมือง, 2534) เสนอว่าการที่ระบบกระทำการใด เช่น ระบบสังคมจะดำรงอยู่ได้หรือสามารถรักษาดุลยภาพ (equilibrium) ไว้ได้จะต้องทำหน้าที่พื้นฐานสำคัญ ซึ่งหน้าที่ก็คือ กลุ่มของกิจกรรมที่ดำเนินไปเพื่อสนองความต้องการของระบบสังคม ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ได้กล่าวว่า “เราจะเข้าใจระบบสังคมได้โดยพิจารณาหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ ประกอบด้วย (สุภางค์ จันทวานิช, 2552)

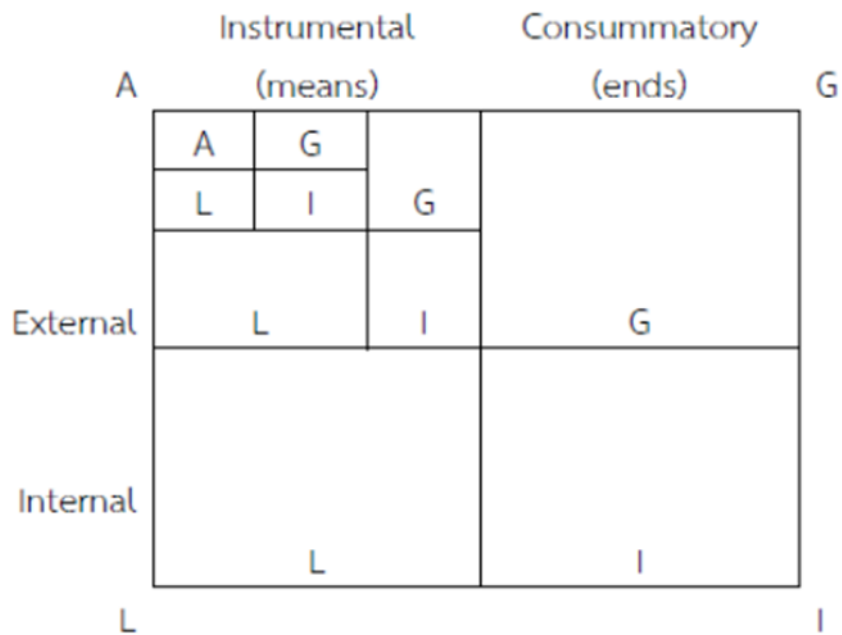
**(1) การปรับตัว (A: Adaptation)** คือการที่สังคมจัดให้มีการปรับตัวเข้ากับทุกสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม และความต้องการของระบบ หากสิ่งต่างๆที่มีอยู่ในสังคมไม่ตรงกับความต้องการของระบบก็จะต้องมีการปรับตัว ชนิตา รัชพลเมือง (2534) อธิบายว่า การปรับตัวหรือการปรับตัวตามสถานการณ์ คือระบบใหญ่และระบบย่อยในสังคมต้องปรับตัวให้เข้าซึ่งกันและกัน ขณะเดียวกันระบบกระทำการนี้ยังต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมอีกด้วย การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมจึงเป็นกระบวนการรวบรวมเข้าระบบ เพื่อช่วยให้การดำเนินการต่างๆ บรรลุจุดมุ่งหมาย เช่น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล สถาบันทางสังคมที่ช่วยทำหน้าที่ได้แก่ สถาบันเศรษฐกิจ

**(2) การบรรลุเป้าหมาย (G: Goal Attainment)** สังคมต้องมีการกำหนดเป้าหมายและระบบต่างๆ ก็จะต้องทำหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมายหลัก เช่น สังคมอเมริกันระบุว่า เป็นสังคมประชาธิปไตยเป็นเป้าหมายหลัก ระบบต่างๆของสังคมก็ต้องทำหน้าที่เพื่อให้ไปสู่เป้าหมายหลักอันนี้ โดย ชนิตา รัชพลเมือง (2534) อธิบายว่าวัตถุประสงค์ของระบบอาจเกี่ยวข้องกับสภาพการณ์ภายนอกหรือเป็นวัตถุประสงค์ภายในที่มุ่งให้ระบบย่อยคงอยู่และทำหน้าที่ตามกำหนด การบรรลุวัตถุประสงค์ คือ การดำเนินการต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงจุดมุ่งหมายปลายทาง โดยวิธีการจัดลำดับความสำคัญ(priority) ของจุดประสงค์ต่างๆ ของระบบ รวมทั้งการสรรหาทรัพยากรให้ระบบเพื่อทำการให้บรรลุจนสุดท้ายหรือเป้าหมายนั้น การบรรลุวัตถุประสงค์ของการเป็นระบบนี้จะต้องไม่ขัดกับมูลเหตุจูงใจ ความประสงค์และความสามารถของสมาชิกอย่างรุนแรง โดยที่ระบบย่อยจะต้องทำหน้าที่ของตนอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาระบบใหญ่ เป้าหมายของระบบใหญ่นั้น จะถูกถ่ายทอดและควบคุมให้สมาชิกยอมรับและปฏิบัติตาม โดยปกติสังคมที่ช่วยทำหน้าที่นี้อาจได้แก่ สถาบันการเมือง

**(3) บูรณาการ (I: Integration)** คือ หน้าที่ในการทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันของระบบต่างๆ ซึ่งจะต้องดำเนินไปร่วมกัน เนื่องจากระบบสังคมประกอบด้วยระบบย่อยที่มีความแตกต่างกัน และมีกลุ่มกิจกรรมเฉพาะของตน จำเป็นต้องให้มีการดูแลให้เกิดการประสานสอดคล้องระหว่างระบบย่อยต่างๆ จึงต้องบูรณาการเข้าหากัน

**(4) การรักษาแบบแผน (L: Latency หรือ Pattern Maintenance)** คือการธำรงและฟื้นฟูแรงจูงใจของปัจเจกชน และแบบแผนของสังคม ในการที่จะขับเคลื่อนไปข้างหน้าด้วยกัน ถ้ามีคน

บางกลุ่มเกิดความรู้สึกท้อแท้หรืออาจเห็นแตกต่างจนไม่อาจจะขับเคลื่อนไปข้างหน้าร่วมกันได้ ก็เป็นหน้าที่ของสังคมที่ต้องฟื้นฟูเขาเหล่านั้นขึ้นมา เพื่อให้กลับเข้ามาและยึดถือเป้าหมายหลักร่วมกันใหม่ให้ได้ นอกจากฟื้นฟูปัจเจกบุคคลแล้ว แบบแผนของสังคมก็ต้องถูกอ้างไว้ด้วย คือเป็นลักษณะของสังคมที่ไม่เปลี่ยนแปลงแบบถอนรากถอนโคน



แผนภาพที่ 3: 2-2 ระบบสังคมตามแนวคิดสำนักโครงสร้างหน้าที่นิยม  
(อ้างถึงใน ชนิตา รักษ์พลเมือง, 2531)

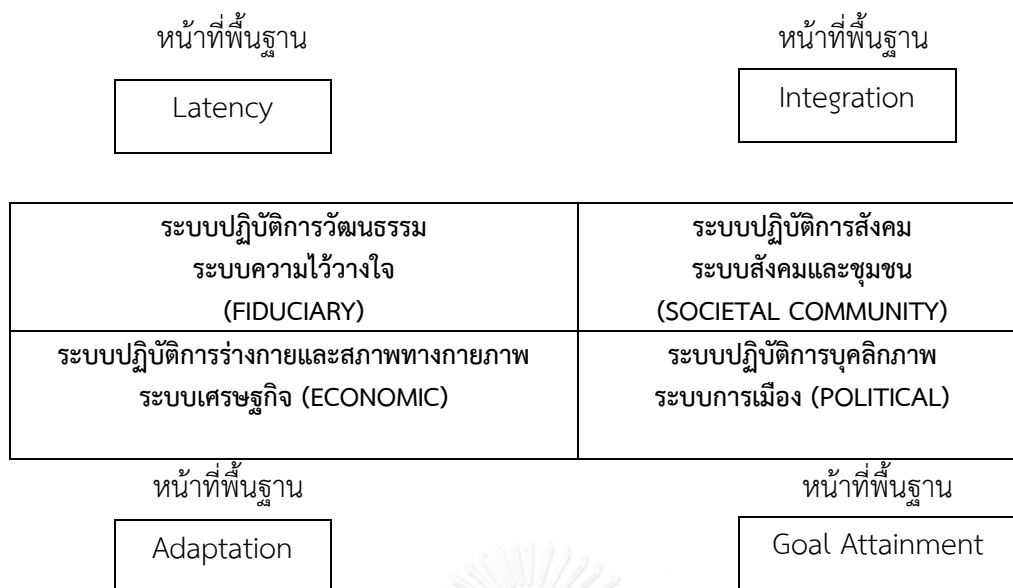
**ระบบปฏิบัติการของสังคม** จากหน้าที่พื้นฐานสี่ข้อ คือ AGIL พาร์สันเสนอว่า สังคมต้องมีระบบปฏิบัติการสี่ระบบซึ่งเกี่ยวข้องกัน ได้แก่ระบบร่างกาย และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ระบบบุคลิกภาพ ระบบสังคม และระบบวัฒนธรรม ซึ่งเป็นระบบที่ทำหน้าที่ควบคู่ไปกับหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ คือ (สุภางค์ จันทวานิช, 2552)



แผนภาพที่ 4: 2-3 ระบบปฏิบัติการกับหน้าที่พื้นฐาน สี่ประการ (สุภางค์ จันทวานิช, 2552)

สุภางค์ จันทวานิช (2552) อธิบายไว้โดยสรุปได้ว่าระบบที่เป็นร่างกายและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) เป็นระบบปฏิบัติการแรกที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่พื้นฐานเพื่อรองรับเรื่องการปรับตัว สังคมจะมีระบบปฏิบัติการย่อยที่เป็นระบบว่าด้วยร่างกายและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ระบบปฏิบัติการการนี้รวมการผลิตเชิงเศรษฐกิจด้วย เพราะเป็นปฏิบัติการเรื่องสภาพแวดล้อมทางวัตถุ (กายภาพ) ระบบปฏิบัติการที่สอง คือ ระบบบุคลิกภาพเป็นระบบที่ควบคู่กับหน้าที่พื้นฐานในการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) ระบบนี้เน้นบุคลิกภาพ คนที่เป็นสมาชิกของสังคมต้องถูกหล่อหลอมขัดเกลาให้มีบุคลิกภาพที่คิดไปในทำนองเดียวกัน มองไปที่เป้าหมายเดียวกัน คนก็จะต้องเชื่อถือในอุดมการณ์แบบเดียวกันจึงจะทำให้เกิด Goal Attainment ไปรองรับหน้าที่พื้นฐานได้ ระบบปฏิบัติการที่สาม เรียกว่า ระบบสังคม เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่พื้นฐานในด้าน บูรณาการ (Integration) สิ่งที่จะเข้ามาทำให้เกิดบูรณาการคือ ตัวสังคม ระบบสังคมจะเป็นระบบที่หลอมเอาองค์ประกอบต่างๆของระบบย่อยเข้าด้วยกัน พื้นฐานในเรื่องบูรณาการจึงเกี่ยวข้องกับหน้าที่ ระบบ ปฏิบัติการที่สี่ คือ ระบบวัฒนธรรม ระบบวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับหน้าที่พื้นฐานในการธำรงแบบแผนของสังคมเอาไว้ คือการที่เราจะฟื้นฟูจิตใจและแรงจูงใจของคนเอาไว้ได้ก็ต้องมีสิ่งเชื่อมโยง สิ่งนั้นคือ ระบบวัฒนธรรม การธำรงรักษาแบบแผนทางสังคมต้องใช้ระบบวัฒนธรรมเป็นระบบ ปฏิบัติการ

นอกจากนี้ ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ขยายความระบบย่อยของสังคม สุภาวงศ์ จันทวานิช (2552) อธิบายโดยสรุปว่า ระบบย่อยคือระบบที่มีรายละเอียดเพิ่มขึ้นจากระบบปฏิบัติการ ปรากฏออกมาเป็นระบบที่ทำหน้าที่ชัดเจนในสังคม ระบบระดับบนเป็นเรื่องของอุดมการณ์วัฒนธรรม ระดับล่างเป็นเรื่องของ วัตถุ เศรษฐกิจ ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ได้แบ่งสังคมออกเป็นสี่ระบบย่อย ได้แก่ ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมือง ระบบสังคมและชุมชน และระบบคุ้มครองหรือธำรงวัฒนธรรม แต่ละระบบย่อยนี้จะสัมพันธ์กับหน้าที่พื้นฐานแต่ละด้าน นั่นคือการทำหน้าที่พื้นฐานสี่ประการ ในระบบปฏิบัติการสี่ระบบนั่นเอง ระบบย่อยสี่ระบบเกี่ยวข้องกับหน้าที่พื้นฐานและระบบปฏิบัติการ ทั้งนี้ระบบย่อยแรก คือ ระบบเศรษฐกิจ เห็นว่าพื้นฐานสังคมอยู่ที่วัตถุ อยู่ที่การผลิต คือ เศรษฐกิจ ระบบพื้นฐานสุด คือ ระบบเศรษฐกิจ (Economic) ระบบนี้จะแสดงให้เห็นหน้าที่พื้นฐานการปรับตัวซึ่งระบบนี้เป็นระบบ ปฏิบัติการของกายภาพ เป็นเรื่องของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เมื่อมีระบบเศรษฐกิจและมนุษย์สามารถที่จะปรับตัว สามารถที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรได้แล้ว ก็เข้าสู่ระบบย่อยที่สอง คือ ระบบการเมือง (Political) มีขึ้นมาเพื่อที่จะทำให้เกิดหน้าที่ Goal Attainment เริ่มต้นด้วยการมีเป้าหมายหลักร่วมกันและก็ไปให้ถึงเป้าหมายหลักนั้นด้วยกัน จึงมีระบบการเมืองเข้ามา ตามความคิดของ ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ระบบการเมืองจะเกิดขึ้นก่อนระบบเศรษฐกิจไม่ได้ จากการที่สังคมเริ่มมีการผลิต การบริโภค มีการจัดการเรื่องของการเมือง ตามมาด้วยระบบย่อยที่สามเรียกว่า ระบบสังคมหรือชุมชน (Societal/Community) ซึ่งจะเป็นสังคมหรือชุมชนไม่ได้ ถ้าไม่มีการผลิต แต่ถ้ามีการผลิตแต่ไม่มีเป้าหมายของการอยู่ร่วมกันก็ไม่ได้ จึงต้องมีการบริหารจัดการในรูปของระบบเมือง ระบบย่อยสุดท้าย คือ ระบบความไว้วางใจ เป็นระบบที่ ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ระบุว่า จะมาทำหน้าที่คุ้มครองและธำรงวัฒนธรรม คือระบบที่จะไปช่วยทำให้เกิดหน้าที่พื้นฐานในด้าน Pattern Maintainance หรือ Latency แปลว่า การรักษาแบบแผน ในการรักษาแบบแผนนี้เราใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือ และเรียกระบบย่อยนี้ว่า (Fiduciary) คือระบบอาศัยการมอบหมายหรือความไว้วางใจมาช่วยคุ้มครองและธำรงวัฒนธรรม ต้องปกป้องเอาไว้ให้มีการสืบทอดวัฒนธรรม การมอบหมายนี้จะต้องมีการรับรองในแง่กฎหมาย ดังแผนภาพ



แผนภาพที่ 5: 2-4 ระบบย่อยของสังคมทัลคอต พาร์สัน (Talcott Parsons)  
(อ้างถึงใน สุภางค์ จันทวานิช, 2552)

สรุปได้ว่าตามแนวความคิดของ ทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ในเรื่อง “ระบบสังคม” เริ่มที่จุดเล็กๆ คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรา กับผู้อื่น เขาจึงนิยามคำว่า “Social System” ดังนั้น “ระบบสังคมประกอบไปด้วยคนหลายๆคนมาปฏิสัมพันธ์กันในสถานการณ์อันใดอันหนึ่ง ผู้กระทำ ได้รับแรงจูงใจในแนวโน้มมีความพึงพอใจสูงสุด ถูกกำหนดและเชื่อมต่อในระบบที่มีสัญลักษณ์ที่มีโครงสร้างวัฒนธรรม และร่วมกันอยู่” ความหมายของทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) “การกระทำ” มีความสำคัญอย่างมากในการอธิบายและศึกษาระบบสังคม เนื่องจากเป็น การกระทำของ 5 ส่วนคือ (1) ผู้กระทำ (2) สถานการณ์ (3) จุดมุ่งหมาย (4) วิธีการ และ (5) แนวคิด ของผู้กระทำ

ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยมของทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons) นำไปสู่ความจำเป็น ของระบบปฏิบัติการ 4 อย่างคือ (1) การปรับตัว (Adaptation) ต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อม (2) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) ระบบต้องกำหนดและทำให้บรรลุเป้าหมาย (3) บูรณาการ (Integration) ระบบต้องทำให้เกิดความความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สอดคล้องกันของ ระบบต่างๆ ซึ่งจะต้องดำเนินไปร่วมกัน ต้องจัดความจำเป็นพื้นฐานของ การปรับตัว (Adaptation) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) และบูรณาการ Integration) ให้สอดคล้องกัน (4) การรักษา แบบแผนไว้ (L: Latency หรือ Pattern Maintenance) ระบบต้องดำรงไว้ รักษา พื้นฟู ทั้งการ กระตุ้นปัจเจกชน และแบบแผนทางวัฒนธรรม ที่สร้างและสนับสนุนแรงจูงใจนั้น สิ่งจำเป็นพื้นฐาน

ที่เชื่อมกับระบบ 4 ประการคือ (1) ระบบที่เป็นร่างกายและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) รองรับระบบการปรับตัว (Adaptation) (2) ระบบบุคลิกภาพเป็นระบบที่ควบคุมกับหน้าที่พื้นฐานในการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) (3) ระบบสังคมหน้าที่พื้นฐานในด้านบูรณาการ (Integration) (4) ระบบวัฒนธรรม ระบบวัฒนธรรม เกี่ยวข้องกับหน้าที่พื้นฐานในการดำรงแบบแผนของสังคมเอาไว้ ระบบ การอธิบายระบบปฏิบัติการของทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons)

สรุปได้ว่า ระดับล่าง ประกอบด้วย การปรับตัว (Adaptation) และการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) เป็นพื้นฐานจำเป็นสำหรับระดับบนซึ่ง ระดับบนประกอบด้วย บูรณาการ (Integration) และการรักษาแบบแผนไว้ (L: Latency หรือ Pattern Maintenance) ซึ่งคอยควบคุมระดับล่าง

#### ตอนที่ 4.3 การวิเคราะห์การท่องเที่ยวยุคสังคมนิยมเชิงโครงสร้างโดยใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของทัลคอต พาร์สันส์ (Talcott Parsons)

การศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทางผู้วิจัยใช้ประเด็นที่ศึกษาวิเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของ ทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) เนื่องด้วยมาพิจารณาตามแนวคิดดังกล่าวจะเห็นว่าชุมชนท่องเที่ยวก็เปรียบเสมือนหนึ่งสังคม การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนให้บรรลุเป้าประสงค์ ส่วนต่างๆของสังคมที่เกี่ยวข้องมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริม

ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) วิเคราะห์พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใน 4 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย และชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ ตามประกาศของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่ออธิบายสรุปภาพรวมตามหลักทฤษฎีที่ทำให้ชุมชนดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเชื่อมโยงสู่การอธิบาย “แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”

ตามแนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของ ทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ดังนี้ “การกระทำ” มีความสำคัญอย่างมากในการอธิบายและศึกษาระบบสังคม เนื่องจากการกระทำของ 5 ส่วน (Parsons and Smelser, 1984) ประกอบด้วย (1) actor (2) situation (3) goals (4) means และ (5) actor's orientation โดย อธิบายไว้ดังนี้ (1) actor (ผู้กระทำ) คือ บุคคลที่มีประสบการณ์ต่างๆ และรู้จักควบคุมสถานการณ์ มีวิธีการต่างๆ เพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ (2) situation (สถานการณ์) คือ เงื่อนไขต่างๆ ที่ผู้กระทำรู้จักและมีอิทธิพลต่อการเลือกจุดมุ่งหมาย และจะดำเนินการต่างๆ ไปสู่จุดมุ่งหมายนั้นๆ (3) goals



(จุดมุ่งหมาย) คือ สิ่งที่ผู้กระทำตั้งเป้าหมายที่จะทำให้สำเร็จ (4) means (วิธีการ) คือ แนวทางที่ผู้กระทำเลือกที่จะปฏิบัติเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายนั้น) และ(5) actor's orientation (แนวคิดของผู้กระทำ) คือค่านิยม บรรทัดฐาน และความคิดอื่นๆ ที่ผู้กระทำใช้เป็นแนวทางประกอบการเลือกวิธีการในการดำเนินการต่างๆให้ไปสู่จุดมุ่งหมายภายใต้สถานการณ์นั้น ซึ่งในที่นี้ actor หมายถึงผู้กระทำการ ซึ่งก็คือ กลุ่ม/องค์กรที่ดำเนินการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ situation หมายถึง สถานการณ์ที่นำไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ goals (จุดมุ่งหมาย) คือ จุดมุ่งหมายด้านการท่องเที่ยวของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ means (วิธีการ) ซึ่งก็คือ แนวทางหรือวิธีการต่างๆที่พัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ actor's orientation (แนวคิดของผู้กระทำ) ซึ่งก็คือ ค่านิยม บรรทัดฐาน และความคิดอื่นๆของชุมชน ที่ชุมชนใช้เป็นแนวทางประกอบเพื่อนำไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ Talcott parsons (อ้างถึงใน ชนิตา รัชกุลพลเมือง, 2534) เสนอว่า การที่ระบบกระทำกรใด เช่น ระบบสังคมจะดำรงอยู่ได้หรือสามารถรักษาดุลยภาพ (equilibrium) ไว้ได้จะต้องทำหน้าที่พื้นฐานสำคัญ ซึ่งหน้าที่ก็คือ กลุ่มของกิจกรรมที่ดำเนินไปเพื่อสนองความต้องการของระบบสังคม

ทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) อธิบายว่า เราจะเข้าใจระบบสังคมได้โดยพิจารณาหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ คือ (1) การปรับตัว (Adaptation) (2) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) (3) บูรณาการ (Integration) (4) การรักษาแบบแผนไว้ (Latency หรือ Pattern Maintenance) โดยสิ่งจำเป็นพื้นฐานที่เชื่อมกับระบบ 4 ประการคือ (1) ระบบที่เป็นร่างกายและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) รองรับระบบการปรับตัว (Adaptation) (2) ระบบบุคลิกภาพ เป็นระบบที่ควบคู่กับหน้าที่พื้นฐานในการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) (3) ระบบสังคมหน้าที่พื้นฐานในด้านบูรณาการ (Integration) (4) ระบบวัฒนธรรม ระบบวัฒนธรรม เกี่ยวข้องกับหน้าที่พื้นฐานในการธำรงแบบแผนของสังคมเอาไว้ ระบบ การอธิบายระบบปฏิบัติการของทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) สรุปได้ว่า ระดับล่าง ประกอบด้วย การปรับตัว (Adaptation) และการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) เป็นพื้นฐานจำเป็นสำหรับระดับบนซึ่ง ระดับบนประกอบด้วย บูรณาการ (Integration) และการรักษาแบบแผนไว้ (L: Latency หรือ Pattern Maintenance) ซึ่งคอยควบคุมระดับล่าง

ทั้งนี้จะมีระบบย่อย 4 ระบบที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่พื้นฐานและระบบปฏิบัติการ ทั้งนี้ระบบย่อยแรก คือ ระบบเศรษฐกิจ (Economics) ระบบนี้จะแสดงให้เห็นหน้าที่พื้นฐานการปรับตัวซึ่งระบบนี้เป็นระบบ ปฏิบัติการของกายภาพ เป็นเรื่องของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เมื่อมีระบบเศรษฐกิจและมนุษย์สามารถที่จะปรับตัว สามารถที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรได้แล้ว ก็เข้าสู่ระบบย่อยที่สอง คือ ระบบการเมือง (Political) มีขึ้นมาเพื่อที่จะทำให้เกิดหน้าที่ (Goal Attainment)

เริ่มต้นด้วยการมีเป้าหมายหลักร่วมกันและก็ไปให้ถึงเป้าหมายหลักนั้นด้วยกัน จึงมีระบบการเมืองเข้ามา ตามความคิดของทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ระบบการเมืองจะเกิดขึ้นก่อนระบบเศรษฐกิจไม่ได้ จากการที่สังคมเริ่มมีการผลิต การบริโภค มีการจัดการเรื่องของการเมือง ตามมาด้วยระบบย่อยที่สามเรียกว่า ระบบสังคมหรือชุมชน (Societal/Community) ซึ่งจะเป็นสังคมหรือชุมชนไม่ได้ ถ้าไม่มีการผลิต แต่ถ้ามีการผลิตแต่ไม่มีเป้าหมายของการอยู่ร่วมกันก็ไม่ได้ จึงต้องมีการบริหารจัดการในรูปของระบบเมือง ระบบย่อยสุดท้าย คือ ระบบความไว้วางใจ เป็นระบบที่ ทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) ระบุว่า จะมาทำหน้าที่คุ้มครองและธำรงวัฒนธรรม คือระบบที่จะไปช่วยทำให้เกิดหน้าที่พื้นฐานในด้าน Pattern Maintenance หรือ Latency แปลว่า การรักษาแบบแผน ในการรักษาแบบแผนนี้เราใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือ และเรียกระบบย่อยนี้ว่า (Fiduciary) คือระบบอาศัยการมอบหมายหรือความไว้วางใจมาช่วยคุ้มครองและธำรงวัฒนธรรม ต้องปกป้องเอาไว้ให้มีการสืบทอดวัฒนธรรม

จากการทบทวนเนื้อหาดังกล่าวข้างต้น วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้นำแนวคิดทางสังคมวิทยา ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่ “GAIL” ของ ทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons) มาใช้เป็นแนวคิดร่วมในการวิเคราะห์กับชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง 4 ชุมชน เพื่อศึกษา โครงสร้าง-หน้าที่ของชุมชนท่องเที่ยวว่าต้องมีการปรับตัว (Adaptation) อย่างไรเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ (Goal Attainment) มีการบูรณาการ (Integration) อย่างไร และนำไปสู่การรักษาแบบแผน(Latency) นั้นไว้ได้อย่างไร โดยจะเป็นส่วนหนึ่งของการอธิบายการเชื่อมโยงไปสู่ “แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นหัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

## ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 5.1 รายงานวิจัยตลาดน้ำอัมพวาวันนี้: ความสำเร็จหรือบทเรียน

ศุภธนุช วิริยะพิณิช (2553) ได้ทำการวิจัยตลาดน้ำอัมพวา โดยผลการวิจัยตลาดน้ำอัมพวาวันนี้: ความสำเร็จหรือบทเรียน พบว่า ชุมชนอัมพวามีความโดดเด่นในเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชาวน้ำดั้งเดิม องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งด้วยระบบสังคมแบบพึ่งพากันถือเป็นจุดแข็งที่ทำให้ “ตลาดน้ำอัมพวา” มีคุณค่า น่าเรียนรู้ มากกว่าที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวชุมชนยังขาดความชัดเจน การขาดระบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงการขาดความพร้อมในการคาดการณ์เหตุการณ์ล่วงหน้าเพื่อให้ชุมชนสามารถตั้งรับปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ ส่งผลให้ชุมชนไม่สามารถรู้เท่าทัน โดยแนวทางแก้ไขที่ผู้วิจัยเสนอคือ กำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอัมพวาให้ชัดเจน ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมและสัมผัสจิตวิญญาณและ

วิถีชีวิตชาวบ้านอย่างแท้จริง ส่งเสริมการค้าขายสินค้าของชุมชนโดยสมาชิกในชุมชนให้มากขึ้น และสร้างกลไกเพื่อติดตามประเมินผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ รายงานวิจัยโครงการศึกษาต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2554) โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) และคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ประกอบด้วย คุณสมบัติในเชิงพื้นที่ คือ มีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมและ/หรือธรรมชาติ มีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนโดยเจ้าของวัฒนธรรม คุณสมบัติในเชิงกระบวนการ คือ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม มีกระบวนการที่นำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้แนวคิดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึงความยั่งยืน ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยว

## 5.2 การพยากรณ์ในอนาคตขององค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ

เกิดความประทับใจและจดจำพร้อมทั้งจัดโครงการท่องเที่ยวสร้างสรรค์สัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น

การพยากรณ์ในอนาคตขององค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UN World Tourism Organization: UNWTO) คาดการณ์ในปี พ.ศ. 2563 จำนวนนักท่องเที่ยว (International tourist arrivals) จะเพิ่มขึ้นเป็น 1,600 ล้านคน โดยจำนวน 1,200 ล้านคน จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาค (intra-region) และ นักท่องเที่ยวจำนวน 378 ล้านคน จะเดินทางท่องเที่ยวในระยะไกล (long-hual) (องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติออนไลน์, 2554)

### 5.3 รายงานวิจัยแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต

วัลย์พร รวีตระกูลไพบูลย์, 2551 ได้อธิบายแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตไว้ดังนี้ “...นักท่องเที่ยวในอนาคตให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เพิ่มขึ้น เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่...การจัดรายการนำเที่ยวควรมีความหลากหลายและจัดให้มีกิจกรรมทางด้านการเรียนรู้ให้มากขึ้น...”

### 5.4 รายงานวิจัย THE NEW TOURIST: IMPACTS ON THE HOSPITALITY MARKETING STRATEGIES

จากรายงานการวิจัย The New Tourist : Impacts on the Hospitality Marketing Strategies โดย Ige Pirnar and others (2010) พบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ 10 ประการที่มีผลต่อกลยุทธ์การตลาดอุตสาหกรรมบริการ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีความประสงค์ในการแสวงหาการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่แท้จริง สอดคล้องกับองค์การยูเนสโกแห่งสหประชาชาติได้อธิบายว่า นักท่องเที่ยวยุคที่สามเป็นยุคที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความรู้ เรียนรู้ วัฒนธรรม การมีปฏิสัมพันธ์ที่มากขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนกับคนในท้องถิ่นที่พวกเขาเดินทางไปเยือน รวมถึงต้องการมีความรู้ลึกซึ้งร่วมเสมือนเป็นพลเมืองของท้องถิ่นนั้นด้วย ซึ่งเป็นยุคที่มีลำดับต่อจากยุคแรกที่เป็นยุคที่นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเล และยุคที่สองที่ท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ วัฒนธรรม (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2011: online) ทั้งนี้สอดคล้องกับวัลย์พร รวีตระกูลไพบูลย์ (2551) ที่ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า นักท่องเที่ยวในอนาคตต้องการการเอาใจใส่ดูแล ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เพิ่มขึ้นเช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และเสนอแนะว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรมีกิจกรรมด้านด้านการเรียนรู้ให้มากขึ้น เช่น เรียนภาษาไทย เรียนทำอาหารไทย และการจัดรายการนำเที่ยวควรมีความหลากหลาย ประการที่สอง ต้องการคุณภาพที่ดีกว่า คุ่มค่าเงินมากกว่า ประการที่สาม ให้ความสำคัญมากกับความยั่งยืนและเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น ประการที่สี่ ให้ความสนใจมากกับการไปใช้ชีวิต หรือ มีประสบการณ์ร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ประการที่ห้า พึงพอใจกับจุดหมายปลายทางที่แตกต่างไปและพักนานขึ้น ประการที่หก มีความต้องการในรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประการที่เจ็ด ลักษณะทางประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น อายุ ขนาดของครอบครัว การท่องเที่ยวต้องสร้างการให้บริการได้ตั้งแต่รุ่นปู่ไปถึงรุ่นหลาน ประการที่แปด ต้องการลดความตึงเครียดลง จะมองหาความผ่อนคลายและสะดวกสบาย ประการที่

เก่า ใกล้ชิดกับเทคโนโลยีมากขึ้น ใช้อินเทอร์เน็ตในการจองหรือซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว ประการที่สิบ กังวลกับสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น

สรุปได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่ส่งผลต่อการทำกลยุทธ์การตลาดอุตสาหกรรมบริการ ประกอบด้วย 10 ประการ คือ (1) ต้องการเรียนรู้มากกว่า และมองหาประสบการณ์ที่แท้จริง (2) ต้องการคุณภาพที่ดีกว่า ค่ำค่าเงินมากกว่า (3) ให้ความสำคัญมากกับความยั่งยืนและเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น (4) ให้ความสนใจมากกับการไปใช้ชีวิต หรือ มีประสบการณ์ร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (5) พึงพอใจกับจุดหมายปลายทางที่แตกต่างไปและพักนานขึ้น (6) มีความต้องการในรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (7) ลักษณะทางประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น อายุ ขนาดของครอบครัว การท่องเที่ยวต้องสร้างการให้บริการได้ตั้งแต่รุ่งไปจนถึงรันทาน (8) ต้องการลดความตึงเครียดลง จะมองหาความผ่อนคลายและสะดวกสบาย (9) ใกล้ชิดกับเทคโนโลยีมากขึ้น ใช้อินเทอร์เน็ตในการจองหรือซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว (10) กังวลกับสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวโลก ที่พบว่า กระแสการท่องเที่ยวโลก ประกอบด้วย 5 (E) และ 5 (S) ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2553)

#### 5 (E) ประกอบด้วย

- (1) Entertainment (สนุกสนาน)
- (2) Excitement (ตื่นเต้น)
- (3) Education (การได้รับความรู้)
- (4) Environmentally Friendly (การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม)
- (5) Electronic (E-Tourism)

#### 5 (S) ประกอบด้วย

- (1) Security (ความมั่นคง)
- (2) Safety (ความปลอดภัย)
- (3) Sanitation (สุขอนามัย)
- (4) Service (การบริการ)
- (5) Satisfaction (ความพึงพอใจ)

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน (2) ศึกษาสถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ (3) นำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในขั้นสุดท้าย

งานวิจัยเรื่องนี้ดำเนินการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในเชิงปริมาณจะเป็นลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ข้อมูลที่เก็บได้ในแบบสอบถามปลายปิดเป็นข้อมูลเชิงปริมาณสามารถวัดออกมาในรูปของตัวเลขหรือความถี่ (วรรรณี แกมเกตุ, 2551: 169) สำหรับข้อมูลที่เป็นแบบสอบถามปลายเปิดข้อมูลที่เก็บได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อหาข้อสรุปแบบอุปนัย และผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาเอกสาร (Documentary research) และลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อศึกษาชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา (Case Study) ซึ่งใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในแบบ (Explanatory) คือเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบมุ่งหาคำอธิบายเพื่อเสนอแนวคิดคำอธิบายปรากฏการณ์ที่เป็นกรณีศึกษา (ปราณี โพธิสุข, 2554)

ทั้งนี้การวิจัยเชิงคุณภาพมีทั้งการศึกษาเอกสารและการศึกษาภาคสนามลงพื้นที่ การศึกษาเอกสาร (Documentary research) ของงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งนี้แหล่งเอกสารที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังที่ นงลักษณ์ วิรัชชัย (2538: 18-21) เสนอไว้ ซึ่งประกอบด้วย เอกสารลักษณะที่หนึ่ง คือ เอกสารอ้างอิง โดยศึกษาจากบทความงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ เอกสารประกอบการประชุม / สัมมนา / การอบรมทางวิชาการ รายงานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เอกสารลักษณะที่สอง คือเอกสารปฐมภูมิ โดยศึกษาเอกสารที่นำเสนอความคิด และประสบการณ์ของผู้เขียน โดยตรงได้แก่ บทความจากหนังสือ บทความในวารสารต่างๆ เช่น วารสารการท่องเที่ยว บทความในหนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิต และมหาบัณฑิต ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเอกสารลักษณะที่สามคือเอกสารทุติยภูมิ โดยศึกษาจากหนังสือ ตำรา พจนานุกรม สารานุกรม รายงานประจำปีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่สำคัญคือ หอสมุดแห่งชาติ เครือข่ายศูนย์วิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แก่ หอสมุด คณะครุศาสตร์ หอสมุด คณะรัฐศาสตร์ สถาบันวิทยบริการและห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารระดับชาติ และการสืบค้นจากฐานข้อมูลต่างๆ เป็นข้อมูลสารสนเทศที่บันทึกด้วยคอมพิวเตอร์ และได้เก็บ

รวบรวมไว้ในฐานข้อมูลของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้บริการ หรือเผยแพร่ข้อมูลให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง/สนใจได้มาสืบค้นข้อมูลในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ อาทิ ฐานข้อมูล วิทยานิพนธ์ไทย

ผู้วิจัยทำการคัดเลือกเอกสาร โดยจะพิจารณาความเชื่อถือได้และความถูกต้องของเอกสาร ประกอบด้วย แหล่งที่มาของเอกสาร ความน่าเชื่อถือของผู้เขียนเอกสาร และพิจารณาด้วยว่าเอกสารฉบับนั้น สื่อความชัดเจนหรือไม่ และข้อความในเอกสารนั้นมีความหมายอย่างไร

การศึกษาภาคสนามลงพื้นที่ เป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับชีวิตของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในบริบทของสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์นั้นๆ โดยการเข้าไปศึกษาตัวแปรที่ก่อให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวจากสถานที่จริง โดยการศึกษาภาคสนามที่ผู้วิจัยศึกษา ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กับกรณีศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง (Case Study) ในแบบ (Explanatory) คือเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบมุ่งหาคำอธิบายเพื่อเสนอแนวคิดคำอธิบายปรากฏการณ์ที่เป็นกรณีศึกษา

สรุปวิธีดำเนินการวิจัยแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังตารางที่ 3-1

**ตารางที่ 4: 3-1 วิธีดำเนินการวิจัย**

วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการวิจัย	เครื่องมือ	วิธีวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน	1. การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ องค์ประกอบและคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน กระบวนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคต 2. การวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม	แบบสอบถาม	1. สถิติค่าร้อยละ และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาความและหาข้อสรุปแบบอุปนัย
2. การวิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	1. การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการเรียนรู้ของชุมชน 2. การวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม กับพื้นที่ 57 ชุมชน	แบบสอบถามชุดเดียวกับที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่	1. สถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในส่วนของข้อความปลายเปิด วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาความและหาข้อสรุปแบบอุปนัย

**ตารางที่ 3-1 วิธีดำเนินการวิจัย (ต่อ)**

วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการวิจัย	เครื่องมือ	วิธีวิเคราะห์ข้อมูล
3.แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	1. การคัดเลือกพื้นที่ภาคสนาม 4 ชุมชนจากใน 57 ชุมชน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือก 2. การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำเสนอ “ร่าง” แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	1.แบบสัมภาษณ์ชุมชน 2.แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ	1. การวิเคราะห์ชุมชนโดยใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของ ทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott parsons)วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาความและหาข้อสรุปแบบอุปนัย 2. นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาความและหาข้อสรุปแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### ตอนที่ 1 การวิจัยเชิงสำรวจ

การวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 คือการศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนและการวิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1.1 วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ในการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการดังนี้ **ตอนที่ 1** การศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 คือการศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนและการวิเคราะห์



สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากการใช้แบบสอบถามชุดเดียวกันกับผู้ตอบชุดเดียวกัน ผู้วิจัยจะอธิบายให้เห็นภาพชัดเจนดังนี้

### 1.1.1 ประชากร

**ประชากร** คือ สมาชิกของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยว/พื้นที่ท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามประกาศของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวม 57 ชุมชน กระจายทั้ง 4 ภาค (ในภาคผนวก)

### 1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่าง คือสมาชิกของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยว/พื้นที่ท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามประกาศของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวม 57 ชุมชน กระจายทั้ง 4 ภาค โดยกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เนื่องจากการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean,  $\mu$ ) และไม่ทราบจำนวนประชากร แต่รู้ว่าประชากรมีจำนวนมาก แต่ไม่สามารถรวบรวมประชากรได้โดยแท้จริง ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean,  $\mu$ ) ของคัสซานี (Khazanie) ซึ่งกำหนดให้ความเชื่อมั่นที่  $(1-\alpha)$  100% โดยที่ประมาณค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่าง ( $X$ ) จะไม่ต่างจากค่าเฉลี่ยประชากร ( $\mu$ ) มากเกินกว่าปริมาณ  $E$  ที่กำหนดไว้ดังนี้ (Khazanie, 1996: 403)

$$n = \left( \frac{Z\alpha \frac{\sigma}{2}}{E} \right)^2$$

โดยให้  $n$  = จำนวนตัวอย่าง

$\frac{Z\alpha}{2}$  = คะแนนมาตรฐาน ซึ่งในที่นี้กำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้

$\alpha$  = .05 จาก  $(1-.05)$  100% = 95%

จะได้  $Z\alpha$  = 1.96

$\sigma$  = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร

$E$  = ความคาดเคลื่อนจากค่าเฉลี่ยที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แต่เนื่องจากไม่ทราบส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ( $\sigma$ ) และยังไม่ได้ทำการวิจัย จึงยังไม่ทราบส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวอย่าง (S) ที่จะนำมาใช้แทนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากรได้ ดังนั้นจึงกำหนดให้ความคลาดเคลื่อน (E) เป็น 1 ส่วน ใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ( $\sigma$ ) ซึ่งตามคำแนะนำของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2551: 116) ให้คลาดเคลื่อนได้ 1 ส่วน ใน 5 ส่วน ถึง 1 ส่วนใน 20 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ( $\sigma$ ) ซึ่งจะได้สูตรดังนี้

จากเดิม

$$n = \left( \frac{Z\alpha / \sigma}{E} \right)^2$$

ถอดวงเล็บออกจะได้เป็น

$$n = \frac{Z^2 \alpha / \sigma^2}{E^2}$$

แทนค่า  $E = 1/10$  ของ  $\sigma$  (หรือ  $\sigma/10$  นั่นเอง) จะได้

$$n = \frac{Z^2 \alpha / \sigma^2}{(\sigma/10)^2}$$

ถอดวงเล็บส่วนที่เป็นตัวหารออกจะได้

$$n = \frac{Z^2 \alpha / \sigma^2}{\sigma^2 / (10)^2}$$

พลิกกลับส่วนของตัวหารขึ้นมาเป็นตัวคูณจะได้

$$n = \frac{Z^2 \alpha / 2 \sigma^2 (10)^2}{\sigma^2}$$

ตัดตัว  $\sigma^2$  ออกทั้งข้างบนและข้างล่างจะได้

$$n = Z^2 \alpha / 2 (10)^2$$

หรือ  $n = Z^2 \alpha / 2 (100)$

จากนั้นแทนค่าด้วย  $Z \alpha / 2 = 1.96$  จะได้ดังนี้

$$n = (1.96)^2 (100)$$

$$n = (3.8416) (100)$$

$$n = 384.16$$

$$n = 385$$

นั่นคือ เมื่อไม่ทราบจำนวนประชากร แต่กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 1 ส่วนใน 10 ส่วน ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร จะได้จำนวนตัวอย่าง 385 ราย ซึ่งตามคำแนะนำของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2551: 116) ให้คลาดเคลื่อนได้ 1 ส่วน ใน 5 ส่วน ถึง 1 ส่วนใน 20 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ( $\sigma$ ) ทั้งนี้ จำนวน 385 จะเก็บชุมชนละเท่าๆกัน โดยทั้งหมด 57 ชุมชน เฉลี่ยชุมชนละ 6.75 หรือชุมชนละ 7 ตัวอย่าง (คน) แต่ในการเก็บตัวอย่างครั้งนี้เฉลี่ยเก็บเพิ่มเป็นชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งละ 10 ตัวอย่าง (คน) ทั้งหมด 57 ชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมเป็นจำนวน 570 ตัวอย่าง (คน) ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่สูตรกำหนด

## 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามชุดเดียวกันโดยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

### 1.2.1 เนื้อหาแบบสอบถาม

เนื้อหาแบบสอบถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ การศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนและเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ การวิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งอยู่ในแบบสอบถามชุดเดียวกันโดยมีผู้ให้ข้อมูลเป็นชุดเดียวกัน

เนื้อหาแบบสอบถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดความยั่งยืน แนวคิดการเป็นเจ้าของที่ดี แนวคิดกิจกรรมการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน เนื้อหาเกี่ยวกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน และเนื้อหาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

เนื้อหาแบบสอบถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ของชุมชน กระแสการท่องเที่ยวโลก และเนื้อหาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้เนื้อหาของแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการศึกษาจากเอกสาร ซึ่งเอกสารที่ผู้วิจัยทำการศึกษาประกอบด้วย เอกสารอ้างอิง โดยศึกษาจากบทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ เอกสารประกอบการประชุม / สัมมนา / การอบรมทางวิชาการ รายงานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เอกสารที่นำเสนอความคิด และประสบการณ์ของผู้เขียน โดยตรงได้แก่ บทความจากหนังสือ บทความในวารสารต่างๆ เช่น วารสารการท่องเที่ยว บทความในหนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิต และมหาบัณฑิต ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเอกสารที่ได้จากศึกษาจากหนังสือ ตำรา พจนานุกรม สารานุกรม รายงานประจำปีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทั้งนี้แหล่งข้อมูลที่สำคัญคือ หอสมุดแห่งชาติ เครือข่ายศูนย์วิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แก่ หอสมุด คณะครุศาสตร์ หอสมุด คณะรัฐศาสตร์ สถาบันวิทยบริการและหอสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารระดับชาติ รวมทั้งการสืบค้นจากฐานข้อมูลต่างๆ เป็นข้อมูลสารสนเทศที่บันทึกด้วยคอมพิวเตอร์ และได้เก็บรวบรวมไว้ในฐานข้อมูลของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้บริการ หรือเผยแพร่ข้อมูลให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง/สนใจได้มาสืบค้นข้อมูลในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ อาทิ ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย

แบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ (ในภาคผนวก) แบ่งเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

(1) แบบสอบถามส่วนแรก เป็นข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ท่องเที่ยว และจำนวนของระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการทำงาน/กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ

(2) แบบสอบถามส่วนที่สอง เป็นแบบสอบถามคุณลักษณะของชุมชน/พื้นที่ (ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) แบ่งเป็น 4 ประเด็น คือ ประเด็นแรก “ด้านการดำเนินงานจัดการ” ซึ่งมีคำถาม จำนวน 13 ข้อ ประเด็นที่สอง “ประเด็นด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ” ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 12 ข้อ ประเด็นที่สาม “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ และประเด็นสุดท้าย “ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 4 ข้อ

(3) แบบสอบถามส่วนที่สาม การเรียนรู้ของชุมชน / พื้นที่ เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ “การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยว นั้นได้” แบ่งเป็น 5 ประเด็น คือ ประเด็นแรก “เนื้อหา / องค์ความรู้ ที่ชุมชนหรือพื้นที่จำเป็นต้องรู้ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 16 ข้อ ประเด็นที่สอง “วิธีการเรียนรู้” ที่จำเป็น / สำคัญ ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ ประเด็นที่สาม “แหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเรียนรู้” ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ ประเด็นที่สี่ “หลักการจัดกิจกรรม” ของชุมชน/พื้นที่การท่องเที่ยว ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 11 ข้อ และประเด็นสุดท้าย “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว” ของชุมชน/พื้นที่การท่องเที่ยว ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 8 ข้อ

(4) แบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการเตรียมความพร้อม ของการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดไป ซึ่งมีข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ

### 1.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล มีรายละเอียด ดังนี้

(1) ศึกษาหาความรู้ที่เกี่ยวข้อง ค้นคว้าจากตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ดังที่กล่าวไว้ในตอนต้น

(2) กำหนดขอบเขตในส่วนเนื้อหาของคำถาม เพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรต่างๆที่ทำการศึกษา และมีลักษณะตามคุณสมบัติที่ดีของแบบสอบถาม

(3) สร้างแบบสอบถาม โดยผ่านการพิจารณาตรวจสอบ ให้ความเห็น แนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และผู้ทรงคุณวุฒิ ตามขั้นตอนการทำแบบสอบถามที่ดี ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) โดยนำมาทำการตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity)

ผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย 3 ท่าน คือ

3.1 ดร.ดวงกมล อัสวมาศ อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยด้านโบราณคดี ประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยว

3.2 ดร.นภาพร จันทร์ฉาย อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยด้านการท่องเที่ยว

3.3 ดร.สุริยา สัมจันทร์ อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยด้านการท่องเที่ยว

(4) ทำการปรับภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามเพื่อให้ผ่านความชัดเจนและสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง โดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับชุมชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ชุด

(6) นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วไม่มีปัญหา นำไปใช้จริง

ทั้งนี้การทดสอบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) ดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาทำการตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity) มีรายละเอียดดังนี้

### 1.2.3 การตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ที่ได้สร้างขึ้นมาไปทดสอบความเที่ยงตรงโดยใช้ IOC (Index of Item- objective Congruence) โดยได้รับการตรวจทานจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ IOC  $\geq 0.5$  จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นสามารถวัดได้เที่ยงตรงในเชิงเนื้อหาตามที่ต้องการ ซึ่ง สุวิมล ติรกานันท์ (2551: 147-148) ใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item- objective Congruence) มีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง + 1

$$\frac{\sum R}{N} = \frac{\text{ผลรวมของคะแนนความเห็นผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด}}{\text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด}}$$

คำถามข้อใดจะใช้งานได้หรือไม่ ให้ถือเกณฑ์ ดังนี้

- ค่า IOC  $\geq 0.5$  หมายความว่า คำถามข้อนั้นจะวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- เสียใหม่ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ดำเนินการวิจัยได้ทันที
- ค่า IOC  $\leq 0.5$  หมายความว่า คำถามข้อนั้นจะวัดไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สมควรปรับปรุงแก้ไข

หลังจากนั้นผู้วิจัยนำเรื่องมือ (แบบสอบถาม) ดังกล่าว ที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ กับชุมชนที่ไม่ได้ใช้เป็นพื้นที่ศึกษา และนำแบบสอบถามที่ใช้แล้วไม่มีปัญหาไปใช้จริง

### 1.3 วิธีการเก็บข้อมูล การรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากตัวอย่างเป็นแบบเจาะจงกับคน/กลุ่มบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยทำการติดต่อตัวแทนหนึ่งคนแล้วให้ตัวแทนคัดเลือกผู้ที่จะให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปให้ตัวแทนแล้วรอการส่งกลับ โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบคัดเลือกจากคุณสมบัติเบื้องต้นโดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากชุมชน 57 แห่งๆละ 10 ตัวอย่าง รวมเป็น 570 ตัวอย่าง

#### 1.4 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

แบบสอบถามที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดถูกนำมาตรวจสอบความเรียบร้อย จากนั้นจึงลงรหัส (Coding) ข้อมูลเพื่อเตรียมไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

#### 1.5 การวิเคราะห์และประมวลผล

**1.5.1 วิเคราะห์ข้อมูล** โดยการประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยในแบบสอบถามที่เป็นข้อคำถามปลายปิด วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) เพื่ออธิบายข้อมูลที่ประกอบด้วย จำนวนหรือค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในส่วนของข้อคำถามปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาความและหาข้อสรุปแบบอุปนัย

##### 1.5.2 เกณฑ์การให้ความหมายของการแปลผลค่าร้อยละและเกณฑ์การให้คะแนน

เกณฑ์การให้ความหมายของการแปลผลค่าร้อยละและเกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้ความหมายและเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับตัวแปร ดังต่อไปนี้

(1) ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นข้อมูลการหาเฉลี่ยค่าร้อยละ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2540: 47) ที่อธิบายว่าในการเสนอผลว่า “ส่วนมากหรือส่วนใหญ่” ตัวเลขน้อยจะต้องมีจำนวนมากกว่าจริงๆ คือจะต้องมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 66 หรืออย่างน้อยก็ต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 50

(2) ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้ของชุมชน / พื้นที่ เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ “การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นได้” แบ่งเป็น 5 ประเด็น คือ ประเด็นแรก “เนื้อหา / องค์ความรู้ ที่ชุมชนหรือพื้นที่จำเป็นต้องรู้ประเด็นที่สอง “วิธีการเรียนรู้” ที่จำเป็น / สำคัญ ประเด็นที่สาม “แหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเรียนรู้” ประเด็นที่สี่ “หลักการจัดกิจกรรม” ของชุมชน/พื้นที่การท่องเที่ยว และประเด็นสุดท้าย “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว” ของชุมชน/พื้นที่การท่องเที่ยว



การวัดค่าตัวแปรของข้อมูลในประเด็นต่างๆข้างต้นนี้โดยการสร้างคำถามเป็นประเมินค่า (Rating Scale) เป็นคำตอบที่เกี่ยวกับระดับความสำคัญ / จำเป็น แบ่งออกเป็น 5 ระดับคะแนน คือ

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	มีความสำคัญ / จำเป็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	มีความสำคัญ / จำเป็นอยู่ในระดับมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	มีความสำคัญ / จำเป็นอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	มีความสำคัญ / จำเป็นอยู่ในระดับน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	มีความสำคัญ / จำเป็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การแปลผลของข้อมูลดังกล่าวข้างต้นนี้ได้จากการใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) จะแบ่งได้เป็น 6 ระดับแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= \frac{4}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น สามารถแบ่งระดับค่าเฉลี่ย ของข้อมูลดังกล่าวข้างต้นนี้ได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	$1 - 1.8$	=	มีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	$>1.8 - 2.6$	=	มีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	$>2.6 - 3.4$	=	มีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	$>3.4 - 4.2$	=	มีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	$>4.2 - 5$	=	มีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมากที่สุด

## ตอนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม

การศึกษาภาคสนามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาภาคสนามลงพื้นที่ นำข้อมูลทั้งหมดจากการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 มาสรุปเป็น “ร่าง” แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา แล้วนำมาสรุปเป็นแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นชื่อเรื่องของงานวิจัยในครั้งนี้

การศึกษาภาคสนามลงพื้นที่มีวัตถุประสงค์คือมุ่งศึกษาเพื่อทำความเข้าใจให้มากขึ้นเกี่ยวกับชีวิตของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในบริบทของสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์นั้นๆ โดยการเข้าไปศึกษาตัวแปรที่ก่อให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวจากสถานที่จริง โดยการศึกษาภาคสนามที่ผู้วิจัยศึกษา ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กับกรณีศึกษา (Case Study) ในแบบ (Explanatory) คือ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบมุ่งหาคำอธิบายเพื่อเสนอแนวคิดคำอธิบายปรากฏการณ์ที่เป็นกรณีศึกษา โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดโครงสร้างหน้าที่ของทลคอตต์ พาร์สันเป็นแนวทางในการอธิบาย โดยสรุปได้ว่า การศึกษาระบบสังคม เป็นการกระทำของ 5 ส่วน (Parsons and Smelser, 1984) ประกอบด้วย (1) actor (ผู้กระทำ) (2) situation (สถานการณ์) (3) goals (จุดมุ่งหมาย) (4) means (วิธีการ) และ (5) actor's orientation (แนวคิดของผู้กระทำ) รวมถึงการสรุปในการอธิบายภาพรวมของข้อจำเป็นเชิงหน้าที่ ประกอบด้วย (1) การปรับตัว (A: Adaptation) (2) การบรรลุเป้าหมาย (G: Goal Attainment) (3) บูรณาการ (I: Integration) (4) การรักษาแบบแผน (L: Latency) หรือเรียกว่า "GAIL"

#### 2.1.1 การคัดเลือกพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา

ผู้วิจัยคัดเลือกศึกษาสมาชิกในชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 ชุมชน จาก 57 ชุมชน ตามประกาศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยพื้นที่ 4 ชุมชนที่เป็นพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และถือเป็นตัวแทนของภูมิภาครวม 4 ภูมิภาค โดยใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มตามลักษณะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ตามเกณฑ์การจัดทำบัญชีแหล่งท่องเที่ยวตามรายภาคของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยเกณฑ์การคัดเลือกชุมชนจะคัดกรองเปิบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ดังนี้

ชั้นภูมิแรกประกอบด้วยชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 57 ชุมชน ตามประกาศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ชั้นภูมิที่สองใช้เกณฑ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่คัดเลือกชุมชนที่มีพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดีเด่น 20 ชุมชน และแบ่งตามรายภาค 4 ภูมิภาค โดยใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มตามลักษณะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์การจัดทำบัญชีแหล่งท่องเที่ยวตามรายภาคของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry Of Tourism & Sport) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: 2556, ออนไลน์)

ชั้นภูมิที่สามใช้เกณฑ์ชุมชนที่ได้รับรางวัลกินรีตามโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นกรณีศึกษา 4 แห่ง แต่เนื่องจากชุมชนที่ได้รับรางวัลกินรีมี 5 แห่ง โดยภาคเหนือ มี 2 แห่ง จึงทำการจับสลาก (Simple Random Sampling) เลือกได้ 1 แห่ง คือ ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ภูมิภาคอื่นๆมีอย่างละแห่ง คือ

ภาคกลาง ได้แก่ ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ภาคใต้ ได้แก่ ชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ รวมทั้งสิ้น 4 ชุมชน

## 2.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การศึกษาภาคสนามลงพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา

### 2.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบการสัมภาษณ์ที่ตอบจุดมุ่งหมายและเนื้อหาในการสัมภาษณ์โดยใช้แนวคิดโครงสร้างหน้าที่ของทัลคอตต์ พาร์สันเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์และผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา

### 2.2.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การบันทึกด้วยภาพถ่าย การสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลโดยเลือกแบบลูกโซ่เป็นการอ้างอิงต่อเนื่องปากต่อปากหรือเรียกว่าแบบSnowball กับกลุ่มหลักที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในชุมชน อาทิ ผู้นำหรือประธานของกลุ่มวิสาหกิจหรือกลุ่มการท่องเที่ยวในพื้นที่ สมาชิกกลุ่ม / ผู้มีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวของพื้นที่ / ชุมชนนั้นๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่ศึกษาโดยการศึกษาจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา ทั้งที่เป็นเอกสารอ้างอิง บทความงานวิจัย วิทยานิพนธ์ต่างๆ รายงานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ บทความจากหนังสือ บทความในวารสารต่างๆ เช่น วารสารการท่องเที่ยว บทความในหนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ระดับดุสิตบัณฑิต และมหาบัณฑิต ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เอกสารแผ่นพับจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่สำคัญคือ หอสมุดแห่งชาติ สำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งการสืบค้นจากฐานข้อมูลต่างๆ เป็นข้อมูลสารสนเทศที่บันทึกด้วยคอมพิวเตอร์ และได้เก็บรวบรวมไว้ในฐานข้อมูลของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้บริการ หรือเผยแพร่ข้อมูลให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง/สนใจได้มาสืบค้นข้อมูล โดยการคัดเลือกเอกสาร จะพิจารณาความเชื่อถือได้ และความถูกต้องของเอกสารแต่ละฉบับ โดยพิจารณาจากแหล่งที่มาของเอกสารว่าเป็นแหล่งที่เชื่อถือได้หรือไม่ ความน่าเชื่อถือของผู้เขียนเอกสาร ใครเป็นผู้เขียน ความน่าเชื่อถือของเอกสาร เป็นเอกสารต้นฉบับ ฉบับคัดลอก หรือฉบับปรับปรุง ถ้าเป็นฉบับคัดลอก หรือฉบับแก้ไข ได้มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นหรือไม่ และสามารถสืบค้นแหล่งอ้างอิงหรือไม่ ช่วงเวลาที่เอกสารนั้นได้เผยแพร่วัตถุประสงค์ในการเผยแพร่เอกสาร นอกจากนี้ วิเคราะห์จากผู้เขียน ผู้เขียนเอกสารนั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีความสามารถในสิ่งที่เขียนหรือไม่ ผู้เขียนเอกสารนั้นมีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้หรือไม่ เช่น เขียนจากบันทึก หรือเขียนจากความทรงจำ

และในเอกสารนั้นมีความตั้งใจที่จะบิดเบือนความจริง หรือมีความคิดส่วนตัวของผู้เขียนหรือไม่ รวมทั้งพิจารณาด้วยว่าเอกสารฉบับนั้น สื่อความชัดเจนหรือไม่ และข้อความในเอกสารนั้นมีความหมายอย่างไร

### 2.2.3 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลเอกสารโดยพิจารณาความทันสมัย ถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเอกสาร ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จะพิจารณาความถูกต้อง ความพอเพียงและความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ดังนี้ (1) การตรวจสอบข้อมูลโดยอาศัยข้อมูลจากหลายแหล่ง (data source triangulation) (2) การตรวจสอบข้อมูลด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (methodology triangulation) (3) การตรวจสอบข้อมูลด้านผู้วิจัย (investigator triangulation) ข้อมูลจากการสังเกต สัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการสังเกตและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อให้ได้ความเข้าใจในปรากฏการณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน

## 2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของทาลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott parsons) วิเคราะห์พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใน 4 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย และชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามประกาศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่ออธิบายสรุปภาพรวมตามหลักทฤษฎีที่ทำให้ชุมชนดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเชื่อมโยงสู่การอธิบาย “แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นหัวข้อของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ โดยข้อมูลที่ได้จะเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนาความและหาข้อสรุปเชิงอุปนัยตามหลักแนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมของทาลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott parsons)

## 2.4 การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.4.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 – 3 มาวิเคราะห์สรุปเป็น “ร่าง” แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.4.2 ผู้วิจัยนำเสนอ “ร่าง” แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา โดยผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย 4 ท่าน คือ

(1) คุณสุเทพ เกื้อสังข์ ผู้อำนวยการสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

(2) คุณอภิชาติ อินทรพงษ์พันธุ์ ที่ปรึกษา 10 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(3) คุณธานัท ภูมรัช เจ้าหน้าที่กลุ่มงานพัฒนาการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

(4) คุณวริษฐา แก่นसानสันติ อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม

2.4.3 ผู้วิจัยนำ “ร่าง” แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผ่านการพิจารณาเห็นชอบนำเสนอเป็นแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



## บทที่ 4

### คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

ผลการศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัยเรื่องนี้ โดยจากการทำแบบสอบถามของชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 57 ชุมชน (570 ตัวอย่าง) เพื่อหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น (1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 570 ตัวอย่าง ในด้าน (1.1) เพศ (1.2) อายุ (1.3) ระดับการศึกษา (1.4) อาชีพ (1.5) สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ (1.6) ระยะเวลาของประสบการณ์การทำงานที่กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ (2) ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

#### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือเพศหญิง มีจำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 เพศชาย จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และไม่ระบุเพศ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 แสดงดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศชาย	211	37.0
เพศหญิง	344	60.4
ไม่ระบุเพศ	15	2.6
รวม	570	100

### 1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่า ช่วงอายุส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ช่วงอายุ 31-60 ปี จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 1-30 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ ทั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุอายุ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 แสดงดังตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ช่วงอายุ 1 – 30 ปี	113	19.8
<b>ช่วงอายุ 31 – 60 ปี</b>	<b>389</b>	<b>68.2</b>
ช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป	42	7.4
ไม่ระบุ	26	4.6
<b>รวม</b>	<b>570</b>	<b>100.0</b>

### 1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวส. จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น / ปวช. จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ ระดับประถมศึกษา จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุระดับการศึกษามี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 แสดงดังตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ประถมศึกษา	124	21.8
มัธยมศึกษาตอนต้น / ปวช.	129	22.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวส.	134	23.5
<b>ปริญญาตรี</b>	<b>143</b>	<b>25.1</b>
สูงกว่าปริญญาตรี	15	2.6
ไม่ระบุ	25	4.4
<b>รวม</b>	<b>570</b>	<b>100.0</b>

#### 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมา คืออาชีพเกษตรกร จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 อาชีพรับจ้าง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 อาชีพอื่นๆ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และไม่ได้ทำงาน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุอาชีพ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 แสดงดังตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
รับจ้าง	124	21.8
เกษตรกร	142	24.9
<b>ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว</b>	<b>149</b>	<b>26.1</b>
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	56	9.8
ไม่ได้ทำงาน	25	4.4
อื่นๆ	36	6.3
ไม่ระบุ	38	6.7
<b>รวม</b>	<b>570</b>	<b>100.0</b>

#### 1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน/พื้นที่ท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม / ชมรม / วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของชุมชน จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคืออื่นๆ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ประธานกลุ่ม/ชมรม/วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของชุมชน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 คณะกรรมการการท่องเที่ยวของชุมชน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และ ผู้บริหารในองค์กรส่วนท้องถิ่น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ทั้งนี้ที่มีไม่ระบุสถานภาพจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 แสดงดังตารางที่ 4-5



ตารางที่ 4-5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	10	1.8
กำนัน / ผู้ใหญ่บ้าน	27	4.7
คณะกรรมการการท่องเที่ยวของชุมชน	62	10.9
ประธานกลุ่ม / ชมรม / วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของชุมชน	66	11.6
สมาชิกกลุ่ม / ชมรม / วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของชุมชน	238	41.8
อื่นๆ	128	22.5
ไม่ระบุ	39	6.8
<b>รวม</b>	<b>570</b>	<b>100.0</b>

## 1.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาของประสบการณ์การทำงาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาของประสบการณ์การทำงานที่กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พบว่า ระยะเวลาของประสบการณ์การทำงานที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์การทำงานในช่วงระยะเวลา 1 – 5 ปี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ ประสบการณ์การทำงานในช่วงระยะเวลา 6 – 10 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 และประสบการณ์การทำงานในช่วงระยะเวลา 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ทั้งนี้มีผู้ไม่ระบุ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 แสดงดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลา

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ประสบการณ์ 1 - 5 ปี	264	46.3
ประสบการณ์ 6 - 10 ปี	143	25.1
ประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป	60	10.5
ไม่ระบุ	103	18.1
<b>รวม</b>	<b>570</b>	<b>100.0</b>

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน จำนวน 57 ชุมชน (570 ตัวอย่าง) พบว่า (2.1) ประเด็น "ด้านการดำเนินงาน

จัดการ" กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุคุณลักษณะว่ามี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยร้อยละ จากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย เปิดโอกาสให้สมาชิก (กลุ่ม/ชุมชน) ร่วมคิด ตัดสินใจ จำนวน 555 คน คิดเป็นร้อยละ 97.4 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 รองลงมา เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว/คณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 554 คน คิดเป็นร้อยละ 97.2 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มท่องเที่ยวมีโอกาสในการมีรายได้ขายสินค้า/ บริการให้นักท่องเที่ยว จำนวน 550 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะของตน จำนวน 548 คน คิดเป็นร้อยละ 96.1 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ จำนวน 546 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 มีแผนรองรับความปลอดภัย จำนวน 539 คน คิดเป็นร้อยละ 94.6 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 มีข้อตกลงหรือกฎระเบียบที่เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน จำนวน 532 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว/กลุ่มดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ จำนวน 528 คน คิดเป็นร้อยละ 92.6 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ เช่น สมุดเยี่ยมหรือเวทีประจำเดือน จำนวน 528 คน คิดเป็นร้อยละ 92.6 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีเครือข่าย/องค์กรภาคี/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/พันธมิตรมีส่วนร่วม ในการจัดทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน จำนวน 527 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัยชี้แจงแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า จำนวน 521 คน คิดเป็นร้อยละ 91.4 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และไม่ระบุว่ามิ/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 จัดให้มีการบริหารจัดการควบคุมให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับ

สภาพพื้นที่ที่รองรับ จำนวน 512 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีการจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ จำนวน 509 คน คิดเป็นร้อยละ 89.3 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 แสดงดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของประเด็น “ด้านการดำเนินงานจัดการ”

ประเด็น "ด้านการดำเนินงานจัดการ"	ข้อบ่งชี้ คุณลักษณะของ ชุมชน / พื้นที่ ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการ ท่องเที่ยว/กลุ่มดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่าง เป็นระบบ	มี	528	92.6
	ไม่มี	34	6.0
	ไม่ระบุ	8	1.4
(2) มีข้อตกลงหรือกฎระเบียบที่เป็นที่ยอมรับของ คนในชุมชน	มี	532	93.3
	ไม่มี	32	5.6
	ไม่ระบุ	6	1.1
(3) มีเครือข่าย/องค์กรภาคี/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ พันธมิตรมีส่วนร่วม ในการจัดทรัพยากรทางการ ท่องเที่ยวร่วมกัน	มี	527	92.5
	ไม่มี	37	6.5
	ไม่ระบุ	6	1.1
(4) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วน ร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว/คณะกรรมการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยว	มี	554	97.2
	ไม่มี	11	1.9
	ไม่ระบุ	5	0.9
(5) เปิดโอกาสให้สมาชิก (กลุ่ม/ชุมชน) ร่วมคิด ตัดสินใจ	มี	555	97.4
	ไม่มี	9	1.6
	ไม่ระบุ	6	1.1
(6) สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะ	มี	548	96.1

ของตน	ไม่มี	16	2.8
	ไม่ระบุ	6	1.1
(7) สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มท่องเที่ยวมีโอกาสในการมีรายได้ขายสินค้า/ บริการให้นักท่องเที่ยว	มี	550	96.5
	ไม่มี	15	2.6
	ไม่ระบุ	5	0.9

ตารางที่ 4-7 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของประเด็น “ด้านการดำเนินงานจัดการ” (ต่อ)

ประเด็น "ด้านการดำเนินงานจัดการ"	ข้อบ่งชี้คุณลักษณะ ของ ชุมชน / พื้นที่ ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(8) มีแผนรองรับความปลอดภัย	มี	539	94.6
	ไม่มี	26	4.6
	ไม่ระบุ	5	0.9
(9) มีข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัย ชี้แจงแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า	มี	521	91.4
	ไม่มี	44	7.7
	ไม่ระบุ	5	0.9
(10) มีการประเมินความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ เช่น สมุดเยี่ยมหรือเวทีประจำเดือน	มี	528	92.6
	ไม่มี	36	6.3
	ไม่ระบุ	6	1.1
(11) จัดให้มีการบริหารจัดการควบคุมให้ จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับ สภาพพื้นที่ที่รองรับ	มี	512	89.8
	ไม่มี	52	9.1
	ไม่ระบุ	6	1.1
(12) กิจกรรมท่องเที่ยวที่นำเสนอสามารถ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ	มี	546	95.8
	ไม่มี	17	3.0
	ไม่ระบุ	7	1.2

(13) มีการจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ	มี	509	89.3
	ไม่มี	51	8.9
	ไม่ระบุ	10	1.8

## 2.2 ประเด็น “ทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ”

จากการศึกษาประเด็น “ทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุคุณลักษณะว่ามี โดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ยร้อยละจากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย มีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้เข้าถึงได้โดยปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ จำนวน 554 คน คิดเป็นร้อยละ 97.2 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 รองลงมา มีการสร้างให้เกิดความตระหนักในการเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรมทั้งของผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน จำนวน 553 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยวโดดเด่น ที่ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ จำนวน 552 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและให้ความสำคัญการรักษาทรัพยากร จำนวน 552 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 550 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม ขณะเดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง จำนวน 547 คน คิดเป็นร้อยละ 96.0 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 สร้างคุณค่าทางธรรมชาติ-วัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรม-รักษาธรรมชาติดั้งเดิม (เช่นสร้างสรรค์ สินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับมรดกทางธรรมชาติ/วัฒนธรรมในขณะที่สืบทอดความเป็นดั้งเดิม) จำนวน 546 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8 ไม่มีคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีกิจกรรมทางธรรมชาติ/ทางวัฒนธรรมประจำถิ่นที่หลากหลาย จำนวน 545 คน คิดเป็นร้อยละ 95.6 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

มี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 มีสภาพความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมของพื้นที่ท่องเที่ยวที่ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ จำนวน 536 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีมาตรการ/วิธีการเพื่อลดมลพิษและปริมาณขยะในกิจกรรมท่องเที่ยว จำนวน 529 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 มีการกำหนดกฎระเบียบเพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า จำนวน 519 คน คิดเป็นร้อยละ 91.1 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีการออกแบบรายการนำเที่ยวในรูปแบบแพคเกจทัวร์ (เหมาจ่ายรวมค่าที่พัก อาหาร กิจกรรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว) โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านเป็นหัวใจสำคัญ จำนวน 499 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 แสดงดังตารางที่ 4-8

**ตารางที่ 4-8 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของประเด็น “ด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ”**

ประเด็น "ด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ"	ข้อบ่งชี้คุณลักษณะของชุมชน / พื้นที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม ขณะเดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง	มี	547	96.0
	ไม่มี	14	2.5
	ไม่ระบุ	9	1.6
(2) มีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้เข้าถึงได้โดยปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนในพื้นที่	มี	554	97.2
	ไม่มี	11	1.9
	ไม่ระบุ	5	0.9
(3) มีกิจกรรมทางธรรมชาติ/ทางวัฒนธรรมประจำ	มี	545	95.6

ถิ่นที่หลากหลาย	ไม่มี	20	3.5
	ไม่ระบุ	5	0.9
(4) มีการสร้างให้เกิดความตระหนักในการเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรมทั้งของผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน	มี	553	97.0
	ไม่มี	12	2.1
	ไม่ระบุ	5	0.9
(5) สร้างคุณค่าทางธรรมชาติ-วัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรม-รักษาธรรมชาติดั้งเดิม (เช่น สร้างสรรค์ สินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับมรดกทางธรรมชาติ/วัฒนธรรมในขณะที่สืบทอดความเป็นดั้งเดิม)	มี	546	95.8
	ไม่มี	18	3.2
	ไม่ระบุ	6	1.1
(6) มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	มี	550	96.5
	ไม่มี	14	2.5
	ไม่ระบุ	6	1.1

ตารางที่ 4-8 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของประเด็น “ด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ” (ต่อ)

ประเด็น "ด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ"	ข้อบ่งชี้ คุณลักษณะของ ชุมชน / พื้นที่ ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(7) มีการออกแบบรายการนำเที่ยวในรูปแบบแพคเกจทัวร์ (เหมาะจ่ายรวมค่าที่พัก อาหาร กิจกรรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว) โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านเป็นหัวใจสำคัญ	มี	499	87.5
	ไม่มี	65	11.4
	ไม่ระบุ	6	1.1

(8) มีมาตรการ/วิธีการเพื่อลดมลพิษและปริมาณขยะ ในกิจกรรมท่องเที่ยว	มี	529	92.8
	ไม่มี	34	6.0
	ไม่ระบุ	7	1.2
(9) มีการกำหนดกฎระเบียบเพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบ ล่วงหน้า	มี	519	91.1
	ไม่มี	45	7.9
	ไม่ระบุ	6	1.1
(10) มีการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความ ภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม และให้ความสำคัญการรักษาทรัพยากร	มี	552	96.8
	ไม่มี	13	2.3
	ไม่ระบุ	5	0.9
(11) มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของ พื้นที่ท่องเที่ยวโดดเด่น ที่ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้	มี	552	96.8
	ไม่มี	12	2.1
	ไม่ระบุ	6	1.1
(12) มีสภาพความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมของพื้นที่ ท่องเที่ยวที่ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้	มี	536	94.0
	ไม่มี	28	4.9
	ไม่ระบุ	6	1.1

### 2.3 ประเด็น “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน”

จากการศึกษา ประเด็น “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุคุณลักษณะว่ามี โดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย มีรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ พัฒนามาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชน สะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน จำนวน 559 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 รองลงมา มีวิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้/ ภูมิปัญญา เป็นผู้ที่มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์



ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้ น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า จำนวน 553 คิดเป็นร้อยละ 97.0 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ลำดับต่อมามีค่าร้อยละเท่ากันคือ รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ มีความโดดเด่น น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางได้จริง (กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไป เรียนรู้) จำนวน 551 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และเท่ากันกับที่มีรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ โดยจัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือ พิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว จำนวน 551 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 ไม่มี คุณลักษณะ ดังกล่าว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับ ประสบการณ์แท้จริง จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและ วิถีชีวิตชุมชน โดย นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ โดยลงมือทำด้วยตัวเอง ร่วมกับเจ้าบ้าน/ คนในท้องถิ่น/พื้นที่ จำนวน 538 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6และไม่ ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 แสดงดังตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของประเด็น “ด้านการเรียนรู้และมีส่วนร่วม ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน”

ประเด็น "การเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่าง "นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน"	ข้อบ่งชี้ คุณลักษณะของ ชุมชน / พื้นที่ ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ พัฒนามาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชน สะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน	มี	559	98.1
	ไม่มี	6	1.1
	ไม่ระบุ	5	0.9
(2) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ	มี	538	94.4

ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริง จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและ วิถีชีวิตชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ โดยลงมือทำด้วยตัวเอง ร่วมกับเจ้าบ้าน/ คนในท้องถิ่น/พื้นที่	ไม่มี	26	4.6
	ไม่ระบุ	6	1.1
(3) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ มีความโดดเด่น น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางได้จริง (กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไปเรียนรู้)	มี	551	96.7
	ไม่มี	12	2.1
	ไม่ระบุ	7	1.2
<b>ประเด็น "การเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่าง "นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน"</b>	<b>ข้อบ่งชี้</b> <b>คุณลักษณะของ</b> <b>ชุมชน / พื้นที่</b> <b>ท่องเที่ยว</b>	<b>จำนวน</b> <b>(คน)</b>	<b>ร้อยละ</b> <b>(%)</b>
(4) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ จัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว	มี	551	96.7
	ไม่มี	12	2.1
	ไม่ระบุ	7	1.2
5) วิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ / ภูมิปัญญา เป็นผู้ที่มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้ น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า	มี	553	97.0
	ไม่มี	11	1.9
	ไม่ระบุ	6	1.1

#### 2.4 ประเด็น "ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยว และเจ้าบ้าน"

จากการศึกษา ประเด็น "ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยว และเจ้าบ้าน" พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุคุณลักษณะว่ามี โดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย คนในชุมชน/ คนในพื้นที่ มีอัธยาศัยดีแสดงความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้ม ทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ จำนวน 558 คน คิดเป็นร้อยละ 97.9 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และไม่ระบุว่ามี/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 รองลงมา นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยว

ร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี จำนวน 542 คน คิดเป็นร้อยละ 95.1 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 จัดให้มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ / คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ของชุมชนมอบให้นักท่องเที่ยว จำนวน 486 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโต้ตอบกันได้ ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ เช่น อีเมล แชนแนล เฟสบุ๊ก ฯลฯ หรือจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน/ พื้นที่ จำนวน 481 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 ไม่มี คุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และไม่ระบุว่า/ไม่มีในคุณลักษณะดังกล่าว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 แสดงดังตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของประเด็น “ด้านความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน”

ประเด็น "ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยว และเจ้าบ้าน"	ข้อบ่งชี้คุณลักษณะของชุมชน / พื้นที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี	มี	542	95.1
	ไม่มี	17	3.0
	ไม่ระบุ	11	1.9
(2) คนในชุมชน/ คนในพื้นที่ มีอัธยาศัยดีแสดงความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้ม ทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ	มี	558	97.9
	ไม่มี	6	1.1
	ไม่ระบุ	6	1.1
(3) จัดให้มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์	มี	486	85.3

อัตลักษณ์ / คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ของชุมชน มอบให้นักท่องเที่ยว	ไม่มี	75	13.2
	ไม่ระบุ	9	1.6
(4) มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้ สังคมเว็บไซต์ ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสอง ทางโต้ตอบกันได้ ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ เช่น อีเมล แชนแนล โซเชียลมีเดีย ฯลฯ หรือ จัดทำเว็บไซต์ของชุมชน/ พื้นที่	มี	481	84.4
	ไม่มี	82	14.4
	ไม่ระบุ	7	1.2

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ดังกล่าวข้างต้น โดยการหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ของชุมชน/พื้นที่ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 57 ชุมชน (570 ตัวอย่าง) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ร้อยละ 66 ขึ้นไปให้ถือว่าเป็นคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตามเกณฑ์ของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2540) ที่อธิบายว่าในการเสนอผลว่า “ส่วนมากหรือส่วนใหญ่” ตัวเลขร้อยละจะต้องมีจำนวนมากกว่าจริง ๆ คือจะต้องมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 66 หรืออย่างน้อยก็ต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ประกอบด้วย (1) ความยั่งยืน (2) การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ และ (3) ความผูกพันที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ตามคำนิยาม ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่ให้คำนิยามว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึง **ความยั่งยืน (Sustainability)** ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้ **เรียนรู้และมีส่วนร่วม** ในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น **ความผูกพัน** ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดไป” สรุปเป็นตารางใน 4 ประเด็น ดังตารางที่ 4-11

#### ตารางที่ 4-11 สรุปคุณลักษณะของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ”	2. ประเด็น "ด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและ ทรัพยากรธรรมชาติ"
(1) มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว / กลุ่มดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (92.6%)	(1) มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม ขณะเดียวกัน ก็ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอกเพื่อนำมา ปรับปรุง (96.0 %)
(2) มีข้อตกลงหรือกฎระเบียบที่เป็นที่ยอมรับของคนใน ชุมชน (93.3%)	(2) มีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถ สัมผัสได้เข้าถึงได้โดยปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิต

<p>(3) มีเครือข่าย/องค์กรภาคี/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย / พันธมิตรมีส่วนร่วม ในการจัดทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน (92.5%)</p> <p>(4) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว / คณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว (97.2%)</p> <p>(5) เปิดโอกาสให้สมาชิก (กลุ่ม/ชุมชน) ร่วมคิดตัดสินใจ (97.4%)</p> <p>(6) สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะของตน (96.1%)</p> <p>(7) สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มท่องเที่ยวมีโอกาสในการมีรายได้ขายสินค้า / บริการให้นักท่องเที่ยว (96.5%)</p> <p>(8) มีแผนรองรับความปลอดภัย (94.6%)</p> <p>(9) มีข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัยชี้แจงแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า (91.4%)</p> <p>(10) มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ เช่น สมุดเยี่ยมหรือเวทีประจำเดือน (92.6%)</p> <p>(11) จัดให้มีการบริหารจัดการควบคุมให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่รองรับ (89.8%)</p> <p>(12) กิจกรรมท่องเที่ยวที่นำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ (95.8%)</p> <p>(13) มีการจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ (89.3%)</p>	<p>วัฒนธรรมของคนในพื้นที่ (97.2%)</p> <p>(3) มีกิจกรรมทางธรรมชาติ/ทางวัฒนธรรมประจำถิ่นที่หลากหลาย (95.6%)</p> <p>(4) มีการสร้างให้เกิดความตระหนักในการเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรมทั้งของผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน (97.0%)</p> <p>(5) สร้างคุณค่าทางธรรมชาติ-วัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรม-รักษาธรรมชาติดั้งเดิม (เช่น สร้างสรรค์ สินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับมรดกทางธรรมชาติ/วัฒนธรรมในขณะที่สืบทอดความเป็นดั้งเดิม) (95.8%)</p> <p>(6) มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (96.5%)</p> <p>(7) มีการออกแบบรายการนำเที่ยวในรูปแบบแพคเกจทัวร์ (เหมาะจ่ายรวมค่าที่พัก อาหาร กิจกรรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว) โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านเป็นหัวใจสำคัญ (87.5%)</p> <p>(8) มีมาตรการ / วิธีการเพื่อลดมลพิษและปริมาณขยะในกิจกรรมท่องเที่ยว (92.8%)</p> <p>(9) มีการกำหนดกฎระเบียบเพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า (91.1%)</p> <p>(10) มีการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและให้ความสำคัญการรักษาทรัพยากร (96.8%)</p> <p>(11) มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยวโดดเด่น ที่ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ (96.8%)</p> <p>(12) มีสภาพความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมของพื้นที่ท่องเที่ยวที่ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ (94.0%)</p>
<p><b>3.ประเด็น "การเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน"</b></p>	<p><b>4. ประเด็น "ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน"</b></p>
<p>(1) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอพัฒนาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชนสะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน (98.1%)</p>	<p>(1) นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี (95.1%)</p> <p>(2) คนในชุมชน / คนในพื้นที่ มีอัธยาศัยดีแสดง</p>

<p>(2) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริง จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ โดยลงมือทำด้วยตัวเอง ร่วมกับเจ้าบ้าน/ คนในท้องถิ่น/พื้นที่ (94.4%)</p> <p>(3) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ มีความโดดเด่น น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางได้จริง (กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไปเรียนรู้) (96.7%)</p> <p>(4) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ จัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว (96.7%)</p> <p>(5) วิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ / ภูมิปัญญา เป็นผู้ที่มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้ น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า (97.0%)</p>	<p>ความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้ม ทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ (97.9%)</p> <p>(3) จัดให้มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ / คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ของชุมชน มอบให้นักท่องเที่ยว (85.3%)</p> <p>(4) มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโต้ตอบกันได้ ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ เช่น อีเมล แชนไลน์ เฟสบุ๊ก ฯลฯ หรือจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน/ พื้นที่ (84.4%)</p>
--	---

กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนประกอบด้วย ประเด็น “ด้านการดำเนินงานจัดการ” ประกอบด้วย (1) มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว/กลุ่มดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (2) มีข้อตกลงหรือกฎระเบียบที่เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน (3) มี เครือข่าย/องค์กรภาคี/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/พันธมิตรมีส่วนร่วมในการจัดทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน (4) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว/คณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว (5) เปิดโอกาสให้สมาชิก (กลุ่ม/ชุมชน) ร่วมคิด ตัดสินใจ (6) สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะของตน (7) สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มท่องเที่ยวมีโอกาสในการมีรายได้ขายสินค้า/บริการให้นักท่องเที่ยว (8) มีแผนรองรับความปลอดภัย (9) มีข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัยชี้แจงแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า (10) มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ เช่น สมุดเยี่ยมหรือเวทีประจำเดือน (11) จัดให้มีการบริหารจัดการควบคุมให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่รองรับ (12) กิจกรรมท่องเที่ยวที่นำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ และ (13) มีการจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ

ประเด็น “ด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ” (1) มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม ขณะเดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง (2) มีการสืบทอดมรดกทาง

วัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้ เข้าถึงได้ โดยปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิต วัฒนธรรมของคนในพื้นที่ (3) มีการออกแบบรายการนำเที่ยวโดยคำนึงถึงการเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรม (4) มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมประจำถิ่นที่หลากหลาย (5) สร้างคุณค่าทางธรรมชาติ-วัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรม-รักษาธรรมชาติดั้งเดิม (เช่น สร้างสรรค์ สินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับมรดกทางธรรมชาติ/วัฒนธรรมในขณะที่สืบทอดความเป็นดั้งเดิม) (6) มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (7) มีการออกแบบรายการนำเที่ยวในรูปแบบแพคเกจทัวร์ (เหมาจ่ายรวมค่าที่พัก อาหาร กิจกรรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว) โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านเป็นหัวใจสำคัญ (8) มีมาตรการ/วิธีการเพื่อลดมลพิษและปริมาณขยะในกิจกรรมท่องเที่ยว (9) มีการกำหนดกฎระเบียบเพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า (10) มีการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและให้ความสำคัญในการรักษาทรัพยากร ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม (11) เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ของชุมชน/พื้นที่ท่องเที่ยวโดดเด่น ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ (12) สภาพความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมของพื้นที่ของชุมชน/พื้นที่ท่องเที่ยวยังคงได้รับการรักษาไว้ได้

ประเด็น “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” (1) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ พัฒนามาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชน สะท้อนเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตของชุมชน (2) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริงจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชนโดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้าน/ คนในท้องถิ่น/พื้นที่ (3) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ มีความโดดเด่น น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางได้จริง (กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไปเรียนรู้) (4) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ จัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว และ (5) วิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้/ภูมิปัญญา เป็นผู้มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า

ประเด็น “ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” (1) นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี (2) คนในชุมชน/ คนในพื้นที่ มีธรรมาภิบาลดี แสดงความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้ม ทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ (3) จัดให้มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ /คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ของชุมชนมอบให้นักท่องเที่ยว และ (4) มี

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโต้ตอบกันได้ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่ เช่น อีเมล (email) แชท (chat) ไลน์ (line) เฟสบุ๊ก (facebook) ฯลฯ หรือจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน/พื้นที่

สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการอธิบายในการเตรียมพื้นที่ของการเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดไป หรือ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ที่กลุ่มตัวอย่าง ได้อธิบายเพิ่มเติมในข้อคำถามปลายเปิด จากการวิเคราะห์เนื้อหา สามารถสรุปได้ เป็น 5 ด้านหลัก ประกอบด้วย (1) ด้านพื้นที่ (2) ด้านบุคลากร (3) ด้านกิจกรรม (4) ด้านการให้บริการ (5) ด้านความปลอดภัย ดังนี้

### 1. ด้านพื้นที่

- มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 45 คน)
- รักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา คงความเป็นหมู่บ้านดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เป็นจุดเด่น จุดขาย (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 42 คน)
- จัดให้มีที่พัก อาหาร ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ พร้อมบริการนักท่องเที่ยว (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 38 คน)
- ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม รื่นรมย์ สอดคล้องกับเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 35 คน)
- มีการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ความหลากหลายระบบนิเวศน์ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 35 คน)
- จัดให้มีพื้นที่เอนกประสงค์ใช้เป็นลานกิจกรรม / ลานวัฒนธรรมของชุมชน / จุดรวมนักท่องเที่ยว (หมู่คณะ) เพื่อนำบรรยายโดยมีอุปกรณ์เตรียมพร้อมเสมอ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 33 คน)
- มีป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ให้ความรู้ข้อมูลต่างๆ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 30 คน)
- ปรับปรุงถนนหนทางให้มีสภาพดี ติดไฟส่องสว่าง มีการคมนาคมเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 28 คน)
- มีจุดศูนย์กลางให้คำแนะนำข้อมูลนักท่องเที่ยว (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 26 คน)



- มีการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อ / ช่องทางต่างๆ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 25 คน)

## 2. ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากรสามารถจำแนกได้เป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ และส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่

### ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่

- คนในชุมชนมีการวางแผนร่วมกันจัดการท่องเที่ยว (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 45 คน)
- มีการร่วมกันวางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 41 คน)
- มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ เป็นฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 35 คน)
- มีการประชุมเป็นประจำ / บ่อยครั้ง / มีการนั่งสนทนากลุ่ม หลังจากจับคณະนั้กท่องเที่ยว (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 28 คน)
- มีบุคลากรในพื้นที่ (วิทยากร) ที่ให้การต้อนรับ ให้ข้อมูลองค์ความรู้ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 32 คน) (อาทิ ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มต้อนรับ มีคฤศค์น้อย รวมถึงคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของที่ดี อธิบายให้ข้อมูลต่างๆ)
- มีวิทยากรสำรองไว้ทุกจุดกิจกรรม จัดบุคลากรให้เพียงพอ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 19 คน)

### ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่

- ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้อง (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 41 คน)
- มีองค์ความรู้ สามารถอธิบาย ถ่ายทอดความรู้ บอกเล่า เชื่อมโยงเรื่องราวของท้องถิ่น (เช่น ประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต) ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจ และประทับใจ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 39 คน)
- ให้บริการเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 35 คน)
- มีจิตอาสา สามัคคี เสียสละ รักในงานบริการและพร้อมตลอดเวลา (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 33 คน)
- กล้าพูด กล้าอธิบาย ไม่ปรุงแต่งมาก พูดในสิ่งที่ชุมชนมี (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 26 คน)

### ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่

- อบรมในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความปลอดภัย (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 44 คน)
- อบรมภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 35 คน)
- ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นประจำ ไปศึกษาดูงานพื้นที่ต่างๆ เพื่อมาพัฒนาชุมชนของตนเอง (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 34 คน)
- อบรมให้เข้าใจถ่องแท้ในเรื่องประวัติท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 32 คน)
- ส่งเสริมอบรมให้มีการนำเทคโนโลยี มาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว /สร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น เป็นที่รู้จัก (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 30 คน)
- อบรมให้มีความรู้ความเข้าใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 29 คน)

### 3. ด้านกิจกรรม

- มีกิจกรรมในการอนุรักษ์ เรียนรู้ธรรมชาติ เรียนรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชุมชนท้องถิ่น (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 46 คน)
- มีกิจกรรมที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยเป็นกิจกรรมของพื้นที่จริงๆ เป็นจุดเด่น จุดขายของชุมชน (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 44 คน)
- กิจกรรมมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเลือกทำตามความเหมาะสม / ตามความสนใจ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 42 คน) (อาทิ ปลูกป่าเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ การเรียนรู้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นดั้งเดิม อาจมีฐานการเรียนรู้ต่างๆ เช่น สมุนไพร วิชาชีพ กิจกรรมประจำวัน วิถีชีวิตของคนในชุมชน ลงแขกเกี่ยวข้าว ดำนา เก็บผักทำอาหาร รำวงชาวบ้าน ร่วมวงทานอาหารพื้นเมือง ร่วมกับคนในท้องถิ่น ชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เรียนรู้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ของชุมชน นั่งรถอีแต่น ปั่นจักรยานชมวิถีชุมชน เป็นต้น )
- เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้ ความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 38 คน)
- มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริงด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้าน โดยเจ้าบ้านเป็นผู้สอน ผู้ถ่ายทอดความรู้ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 36 คน)
- ในแต่ละกิจกรรม ต้องมีวิทยากรถ่ายทอดความรู้ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 34 คน)
- มีกิจกรรมท่องเที่ยวตามช่วงเวลา ตามฤดูกาล (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 32 คน)

- นำเสนอกิจกรรมใหม่ๆ น่าสนใจ มีการต่อยอดปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพิ่มเติม ไม่ให้ซ้ำซากจำเจ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 31 คน)
- จัดให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำกิจกรรม (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 28 คน)
- จัดให้มีการต้อนรับแบบดั้งเดิมของพื้นที่ (เช่น มีบายศรีสู่ขวัญ ร่วมรับประทานอาหารร่วมกับชาวบ้าน) (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 24 คน)
- กิจกรรมที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ไม่ควรมากจนเกินไป สำหรับการเรียนรู้ในวัน (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 22 คน)

#### 4. ด้านการให้บริการ

- บริการด้วยความจริงใจ เป็นไปตามความจริง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น เหมือนมาเยี่ยมญาติ เป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับด้วยมิตรไมตรี ทักทาย ยิ้มแย้ม แจ่มใส (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 41 คน)
- บริการต้อนรับทุกคนเท่าเทียมกัน (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 37 คน)
- สร้างความประทับใจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุข คุ่มค่ากับการมาเที่ยวนักท่องเที่ยวจะได้กลับมาอีก (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 34 คน)
- มีที่พักที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 32 คน)
- สินค้าและบริการยังคงความเป็นเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ชุมชน (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 30 คน)
- บริการอาหารสด สะอาดถูกหลักอนามัย (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 29 คน)
- มีบริการอาหารกลางให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เพราะนักท่องเที่ยวบางคนกินอาหารพื้นถิ่นไม่ได้ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 26 คน)
- นำเสนอราคาตามปกติ “สินค้าพื้นเมือง ราคาพื้นถิ่น” เสมอต้นเสมอปลาย ให้บริการอย่างเป็นมิตร (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 24 คน)

#### 5. ด้านความปลอดภัย

- คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยของพื้นที่ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 41 คน)
- มีคำแนะนำ กฎกติกา กฎระเบียบ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติโดยเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 38 คน)
- เตรียมพร้อมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ การล่องแพ ล่องเรือ ก็ต้องมีชูชีพในสภาพดีพร้อมใช้งาน ถ้าชี้ช่างนักท่องเที่ยวต้องคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 36 คน)

- จัดให้มีบุคลากรชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) /อปพร. (อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน) คอยดูแล (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 36 คน)
- มีสุขอนามัยในเรื่อง อาหารการกิน ที่พัก ห้องน้ำ ห้องส้วมต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 34 คน)
- มีแผนเผชิญเหตุและซักซ้อมสม่ำเสมอ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 32 คน)
- ให้ค้ำนิงอยู่เสมอว่า นักท่องเที่ยว คือ แยก คือญาติมิตรพี่น้องเราคนหนึ่ง ความปลอดภัยในทุกด้านต้องพร้อมเสมอ (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 29 คน)
- มีการอบรมด้านความปลอดภัย (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 29 คน)
- เตรียมพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น (จำนวนผู้ให้ข้อมูล 28 คน)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น การเตรียมความพร้อมของพื้นที่ เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการทำแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อหาข้อสรุปแบบอุปนัยสามารถสรุปได้เป็นตารางใน 5 ประเด็น ดังตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 ตารางสรุปการเตรียมความพร้อมของพื้นที่ เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ด้าน	ข้อสรุป
(1) พื้นที่	มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว รักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา คงความเป็นหมู่บ้านดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เป็นจุดเด่น จุดขาย จัดให้มีที่พัก อาหาร ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ พร้อมบริการนักท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม รื่นรมย์ ลอดคล้องกับเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ มีการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ความหลากหลายระบบนิเวศน์ จัดให้มีพื้นที่เอนกประสงค์ใช้ (สำหรับลานกิจกรรม / ลานวัฒนธรรมของชุมชน / จุดรวมนักท่องเที่ยว (หมู่คณะ) เพื่อนำบรรยายโดยมีอุปกรณ์เตรียมพร้อมเสมอ มีป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ให้ความรู้ข้อมูลต่างๆ ปรับปรุงถนนหนทางให้มีสภาพดี ติดไฟส่องสว่าง มีการคมนาคมเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก มีจุดศูนย์กลางให้คำแนะนำข้อมูลนักท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อ / ช่องทางต่างๆ
(2) บุคลากรสรุปได้เป็น 3 ส่วนย่อย	ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ คนในชุมชนมีการวางแผนร่วมกันจัดการท่องเที่ยว - มีการร่วมกันวางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ - มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ เป็นฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ - มีการประชุมเป็นประจำ / บ่อยครั้ง / มีการนั่งสนทนากลุ่ม หลังจากรับคณะนักท่องเที่ยว - มีบุคลากรในพื้นที่ (วิทยากร) ที่ให้การต้อนรับ ให้ข้อมูลองค์ความรู้ (อาทิ ปรากฏณ์ชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มต้อนรับ มัคคุเทศก์น้อย รวมถึงคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของที่ดี อธิบายให้ข้อมูลต่างๆ) - มีวิทยากรสำรองไว้ทุกจุดกิจกรรม จัดบุคลากรให้เพียงพอ

	<p>ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้อง มีองค์ความรู้สามารถอธิบาย ถ่ายทอดความรู้ บอกเล่า เชื่อมโยงเรื่องราวของท้องถิ่น (เช่น ประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต) ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและประทับใจ ให้บริการเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีจิตอาสา สามัคคี เสียสละ รักในงานบริการและพร้อมตลอดเวลา กล้าพูด กล้าอธิบาย ไม่ปรุงแต่งมาก พูดในสิ่งที่ชุมชนมี</p>
	<p>ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ อบรมในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความปลอดภัย อบรมภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นประจำ ไปศึกษาดูงานพื้นที่ต่างๆ เพื่อมาพัฒนาชุมชนของตนเอง อบรมให้เข้าใจ่องแท้ในเรื่องประวัติท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง ส่งเสริมอบรมให้มีการนำเทคโนโลยี มาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว / สร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น เป็นที่รู้จัก อบรมให้มีความรู้ความเข้าใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี</p>
( 3) กิจกรรม	<p>มีกิจกรรมในการอนุรักษ์ เรียนรู้ธรรมชาติ เรียนรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชุมชนท้องถิ่น มีกิจกรรมที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยเป็นกิจกรรมของพื้นที่จริงๆ เป็นจุดเด่น / จุดขาย ของชุมชน กิจกรรมมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และเลือกทำตามความเหมาะสม / ตามความสนใจ (อาทิ ปลูกป่าเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ การเรียนรู้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นดั้งเดิม อาจมีฐานการเรียนรู้ต่างๆ เช่น สมุนไพร วิชาชีพ กิจกรรมประจำวัน วิถีชีวิตของคนในชุมชน ลงแขกเกี่ยวข้าว ดำนา เก็บผักทำอาหาร ร้างวงชาวบ้าน ร่วมวงทานอาหารพื้นเมืองร่วมกับคนในท้องถิ่น ชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เรียนรู้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ของชุมชน นั่งรถอีแต่น ปั่นจักรยานชมวิถีชุมชน)เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้ ความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริงด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้านโดยเจ้าบ้านเป็นผู้สอน ผู้ถ่ายทอดความรู้ ในแต่ละกิจกรรม ต้องมีวิทยากรถ่ายทอดความรู้ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตามช่วงเวลา ตามฤดูกาล นำเสนอกิจกรรมใหม่น่าสนใจ มีการต่อยอดปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพิ่มเติม ไม่ให้ซ้ำซาก จำเจ จัดให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำกิจกรรม จัดให้มีการต้อนรับแบบดั้งเดิมของพื้นที่ (เช่นมีบายศรีสู่ขวัญ ร่วมรับประทานอาหารร่วมกับชาวบ้าน) กิจกรรมที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ไม่ควรมากจนเกินไป สำหรับการเรียนรู้ในวัน</p>
(4) การให้บริการ	<p>บริการด้วยความจริงใจ เป็นไปตามความจริง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น เหมือนมาเยี่ยมญาติ เป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับด้วยมิตรไมตรี ทักทาย ยิ้มแย้ม แจ่มใส บริการต้อนรับทุกคนเท่าเทียมกัน สร้างความประทับใจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุข คุ่มค่ากับการมาเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้กลับมาอีก มีที่พักที่สะอาด ถูกสุขลักษณะได้มาตรฐานโฮมสเตย์ สินค้าและบริการยังคงความเป็นเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ชุมชน บริการอาหารสด สะอาดถูกหลักอนามัย มีบริการอาหารกลางให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เพราะบางคนกินอาหารพื้นถิ่นไม่ได้ นำเสนอราคาตามปกติ “สินค้าพื้นเมือง ราคาพื้นถิ่น” เสมอต้นเสมอปลาย ให้บริการอย่างเป็นมิตร</p>
(5) ความปลอดภัย	<p>คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยของพื้นที่ มีคำแนะนำ กฎกติกา กฎระเบียบ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติโดยเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย เตรียมพร้อมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ การล่องแพ ล่องเรือ ก็ต้องมีชูชีพในสภาพดีพร้อมใช้งาน ถ้าชี้ข่างนักท่องเที่ยวต้องคาดเข็มขัดนิรภัยทุก</p>

	<p>ครั้ง จัดให้มีบุคลากรชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.)/อปพร. (อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน) คอยดูแล มีสุขอนามัยในเรื่อง อาหารการกิน ที่พัก ห้องน้ำ ห้องส้วมต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ มีแผนเผชิญเหตุและซักซ้อมสม่ำเสมอ ให้ค้ำนั่งอยู่เสมอว่า นักท่องเที่ยว คือ แยก คือญาติมิตรพี่น้องเราคนหนึ่ง ความปลอดภัยในทุกด้านต้องพร้อมเสมอ มีการอบรมด้านความปลอดภัย เตรียมพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น</p>
--	--

#### 2.4.1 หลักการจัดกิจกรรม ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากการทำแบบสอบถามของชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 57 ชุมชน (570 ตัวอย่าง) พบว่า ประเด็น “**หลักการจัดกิจกรรม**” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ **เห็นว่ามีมีความสำคัญหรือจำเป็น** ประกอบด้วย (1) การคำนึงถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 556 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (2) นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 559 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 (3) กิจกรรมที่นำเสนอโดดเด่นดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 556 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 (4) นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรง อย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 558 คน คิดเป็นร้อยละ 97.9 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 (5) กิจกรรมที่นำเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 551 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 (6) การนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 553 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 (7) นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็นต้อง จำนวน 558 คน คิดเป็นร้อยละ 97.9 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 (8) นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 559 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 (9) นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 559 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 (10) นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 556

คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 แสดงดังตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของ “หลักการจัดกิจกรรม”

ประเด็น "หลักการจัดกิจกรรม"	ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) คำนึงถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยว	มีความสำคัญ / จำเป็น	556	97.5
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	1	0.2
	ไม่ระบุ	13	2.3
(2) นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน	มีความสำคัญ / จำเป็น	559	98.1
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	11	1.9
(3) กิจกรรมที่นำเสนอโดดเด่นดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น	มีความสำคัญ / จำเป็น	556	97.5
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	14	2.5
(4) นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรงอย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่	มีความสำคัญ / จำเป็น	558	97.9
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	0
	ไม่ระบุ	12	2.1
(5) กิจกรรมที่นำเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	มีความสำคัญ / จำเป็น	551	96.7
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	19	3.3

(6) การนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว	มีความสำคัญ / จำเป็น	553	97.0
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	1	0.2
	ไม่ระบุ	16	2.8
(7) นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย	มีความสำคัญ / จำเป็น	558	97.9
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	12	2.1
(8) นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย	มีความสำคัญ / จำเป็น	559	98.1
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	11	1.9
(9) นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจ	มีความสำคัญ / จำเป็น	559	98.1
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	11	1.9
(10) นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ	มีความสำคัญ / จำเป็น	556	97.5
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	14	2.5
(11) ประเด็นอื่นๆ ที่ท่านให้ความสำคัญ โปรดระบุ			

#### 2.4.2 ระดับความสำคัญ/จำเป็นในประเด็น “หลักการจัดกิจกรรม”

จากการศึกษาระดับความสำคัญ/จำเป็นในประเด็น “หลักการจัดกิจกรรม” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็น จากการทำแบบสอบถามพบว่า หลักการจัดกิจกรรมที่สำคัญ / จำเป็น ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหา



น้อยประกอบด้วย นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 กิจกรรมที่นำเสนอโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 กิจกรรมที่นำเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรงอย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

รองลงมา คือ หลักการจัดกิจกรรมที่สำคัญ / จำเป็น ในระดับมาก ประกอบด้วย คำนี้ถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาพำนัก เพศ ช่วงอายุ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และการนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยี/เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 แสดงดังตารางที่ 4-14

ตารางที่ 4-14 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญ / จำเป็น ของ “หลักการจัดกิจกรรม”

ประเด็น "หลักการ จัด กิจกรรม"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
(1) คำนี้ถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาพำนัก เพศ ช่วงอายุ	145 (25.4%)	263 (46.1%)	128 (22.5%)	14 (2.5%)	6 (1.1%)	3.95	0.829	มาก
(2) นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน	248 (43.5%)	238 (41.8%)	67 (11.8%)	5 (0.9%)	1 (0.2%)	4.30	0.725	มากที่สุด

ตารางที่ 4-14 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ / จำเป็น ของ “หลักการจัดกิจกรรม” (ต่อ)

ประเด็น "หลักการจัด กิจกรรม"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
(3) กิจกรรมที่ นำเสนอโดดเด่น ดึงดูด ความสนใจ ทำให้ นักท่องเที่ยว รู้สึกสนใจ ตื่นเต้น	288 (50.5%)	189 (33.2%)	71 (12.5%)	7 (1.2%)	1 (0.2%)	4.36	0.764	มากที่สุด
(4) นักท่องเที่ยว ได้รับความรู้ จาก ประสบการณ์ ตรงอย่าง แท้จริง สามารถเรียนรู้ โดยลงมือทำ ด้วยตนเอง ร่วมกับเจ้า บ้าน/คนใน พื้นที่	266 (46.7%)	181 (31.8%)	103 (18.1%)	7 (1.2%)	1 (0.2%)	4.26	0.813	มากที่สุด
(5) กิจกรรมที่ นำเสนอเป็น มิตรกับ สิ่งแวดล้อม	253 (44.4%)	217 (38.1%)	72 (12.6%)	9 (1.6%)	0 (0.0%)	4.30	0.754	มากที่สุด
(6) การนำ อิเล็กทรอนิกส์-	111 (19.5%)	218 (38.2%)	182 (31.9%)	39 (6.8%)	3 (0.5%)	3.71	0.883	มาก



ความสำคัญ							
โปรดระบุ							

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาในข้อความปลายเปิด พบว่า “หลักการจัดกิจกรรม” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ระดับความสำคัญ/ จำเป็นเพิ่มเติม คือ ให้ความรู้ สาระพร้อมบันเทิง จำนวนผู้ให้ข้อมูล 38 คน เป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชุมชน แก่ผู้สนใจ นักท่องเที่ยว นิสิต นักศึกษา จำนวนผู้ให้ข้อมูล 36 คน ให้ความสำคัญกับความสะอาด และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 35 คน บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เสมือนญาติมิตร จำนวนผู้ให้ข้อมูล 33 คน นำเสนอสิ่งที่มีและโดดเด่นในชุมชน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 32 คน มีกิจกรรมที่หลากหลายแต่ต้องไม่มากเกินไป ใน 1 วัน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 28 คนไม่ควรให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเกิน 3 กิจกรรมจำนวนผู้ให้ข้อมูล 9 คน

สรุปได้ว่าหลักการจัดกิจกรรมที่ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจ นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย กิจกรรมที่นำเสนอโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย กิจกรรมที่นำเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรงอย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่

ระดับความสำคัญหรือจำเป็นของหลักการจัดกิจกรรมในระดับรองลงมา คือ คำนี้ถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยว และ การนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยี/เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว

สำหรับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากคำถามปลายเปิด “หลักการจัดกิจกรรม” คือ ให้ความรู้ สาระพร้อมบันเทิง เป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชุมชน แก่ผู้สนใจ นักท่องเที่ยว นิสิต นักศึกษา ให้ความสำคัญกับความสะอาด และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เสมือนญาติมิตร นำเสนอสิ่งที่มีและโดดเด่นในชุมชน มีกิจกรรมที่หลากหลายแต่ต้องไม่มากเกินไป ใน 1 วันและไม่ควรให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเกิน 3 กิจกรรม

## 2.5 ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่

จากแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่ ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญ/จำเป็น ประกอบด้วย (1) ผู้นำมีภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 556 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (2) คนในชุมชน/ในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 557 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 (3) การบริหารจัดการที่ดี จัดสรรผลประโยชน์ อย่างโปร่งใส ลงตัว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 545 คน คิดเป็นร้อยละ 95.6 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 (4) การมีความโดดเด่นของพื้นที่ / เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 557 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (5) การอนุรักษ์และตระหนักในคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 556 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 (6) การเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 551 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 (7) การสนับสนุนการองค์กรภายนอกหรือหน่วยงานรัฐ (นโยบาย งบประมาณ บุคคลกร) โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 549 คน คิดเป็นร้อยละ 96.3 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 แสดงดังตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของ “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว”

ประเด็น "ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว"	ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) ผู้นำมีภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์	มีความสำคัญ / จำเป็น	556	97.5
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	1	0.2

	ไม่ระบุ	13	2.3
(2) คนในชุมชน/ในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว	มีความสำคัญ / จำเป็น	557	97.7
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	1	0.2
	ไม่ระบุ	12	2.1
	ไม่ระบุ	14	2.5
(3) การบริหารจัดการที่ดี จัดสรรผลประโยชน์อย่างโปร่งใส ลงตัว	มีความสำคัญ / จำเป็น	545	95.6
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	6	1.1
	ไม่ระบุ	19	3.3
(4) การมีความโดดเด่นของพื้นที่ / เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่	มีความสำคัญ / จำเป็น	557	97.7
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	13	23
(5) การอนุรักษ์และตระหนักในคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม	มีความสำคัญ / จำเป็น	556	97.5
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	14	2.5

ตารางที่ 4-15 ตารางจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ของ “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว” (ต่อ)

ประเด็น "ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว"	ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(6) การเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว	มีความสำคัญ / จำเป็น	551	96.7

	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	5	0.9
	ไม่ระบุ	14	2.5
(7) การสนับสนุนการองค์กรภายนอกหรือ หน่วยงานรัฐ (นโยบาย งบประมาณ บุคลากร)	มีความสำคัญ / จำเป็น	549	96.3
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	6	1.1
	ไม่ระบุ	15	2.6
(8) ปัจจัยอื่นๆ โปรตระกูล			

## 2.5.2 ระดับความสำคัญ/จำเป็นในประเด็น "ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว"

ระดับความสำคัญ/จำเป็นในประเด็น "ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว" ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็น จากการทำแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่ ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญ/จำเป็นในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย การอนุรักษ์และตระหนักในคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ผู้นำมีภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 การมีความโดดเด่นของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การบริหารจัดการที่ดี จัดสรรผลประโยชน์ อย่างโปร่งใส ลงตัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และคนในชุมชน/ในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

รองลงมา คือ ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก ประกอบด้วย การเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกหรือหน่วยงานรัฐ (นโยบาย งบประมาณ บุคลากร องค์กรความรู้) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 แสดงดังตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ / จำเป็น ของ “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว”

ประเด็น "ปัจจัย ความสำเร็จ ในการ ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
(1) ผู้นำมี ภาวะผู้นำ และ วิสัยทัศน์	282 (49.5%)	221 (38.8%)	50 (8.8%)	3 (0.5%)	0 (0.0%)	4.41	0.674	มาก ที่สุด
(2) คนใน ชุมชน/ใน พื้นที่ มีส่วน ร่วมในการ พัฒนาการ ท่องเที่ยว	272 (47.7%)	193 (33.9%)	81 (14.2%)	6 (1.1%)	5 (0.9%)	4.29	0.820	มาก ที่สุด
(3) การ บริหาร จัดการที่ดี จัดสรร ผลประโยชน์ อย่างโปร่งใส ลงตัว	286 (50.2%)	183 (32.1%)	67 (11.8%)	9 (1.6%)	0 (0.0%)	4.37	0.761	มาก ที่สุด
(4) การมี ความโดดเด่น ของ พื้นที่/ เอกลักษณ์/ อัตลักษณ์ ของพื้นที่	295 (51.8%)	181 (31.8%)	77 (13.5%)	4 (0.7%)	0 (0.0%)	4.38	0.745	มาก ที่สุด

ตารางที่ 4-16 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญ / จำเป็น ของ “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว” (ต่อ)





ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาในข้อความปลายเปิด พบว่า “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ระดับความสำคัญ / จำเป็นเพิ่มเติม คือ การร่วมมือกันของคนในชุมชน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 42 คน นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับคนในพื้นที่ จำนวนผู้ให้ข้อมูล 38 คน ให้ความรู้ และทำให้นักท่องเที่ยวสนุกสนาน เพลิดเพลิน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 36 คน ให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (เช่น ดูแลด้านที่พัก อาหาร ให้ถูกสุขลักษณะ) จำนวนผู้ให้ข้อมูล 35 คน ต้องซื้อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยว จำนวนผู้ให้ข้อมูล 33 คน ผู้นำ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสนับสนุนให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 31 คน การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ จำนวนผู้ให้ข้อมูล 28 คน (เช่น การทำแผนพับ การได้ไปออกบูธตามงานท่องเที่ยวต่างๆ การออกรายการโทรทัศน์)

สรุปได้ว่า “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ระดับความสำคัญ / จำเป็นในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย การอนุรักษ์และตระหนักในคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ผู้นำมีภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ การมีความโดดเด่นของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ การบริหารจัดการที่ดี จัดสรรผลประโยชน์ อย่างโปร่งใส ลงตัว และคนในชุมชน/ในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

รองลงมา คือ ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก ประกอบด้วย การเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว และการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกหรือหน่วยงานรัฐ (นโยบาย งบประมาณ บุคลากร องค์ความรู้)

สำหรับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากคำถามปลายเปิด “ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่” คือ การร่วมมือกันของคนในชุมชน นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับคนในพื้นที่ ให้ความรู้ และทำให้นักท่องเที่ยวสนุกสนาน เพลิดเพลิน ให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (เช่น ดูแลด้านที่พัก อาหาร ให้ถูกสุขลักษณะ) ต้องซื้อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยว ผู้นำ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสนับสนุนให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในชุมชน การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ (เช่น การทำแผนพับ การได้ไปออกบูธตามงานท่องเที่ยวต่างๆ การออกรายการโทรทัศน์)

### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

- อยากให้ภาครัฐสนับสนุนด้านงบประมาณให้แก่กลุ่มท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 48 คน
- อยากให้ภาครัฐให้ความสำคัญ เข้ามามีส่วนสนับสนุน ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างจริงจัง จำนวนผู้ให้ข้อมูล 45 คน
- สนับสนุน ส่งเสริมให้มีการประสานงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาครัฐในพื้นที่และคนในชุมชนให้มีความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ยั่งยืนจำนวนผู้ให้ข้อมูล 35 คน
- อบรมเพื่อเตรียมความพร้อมของชุมชนรองรับ AEC (Asean Economics Community) จำนวนผู้ให้ข้อมูล 33 คน
- ช่วยประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวพักโฮมสเตย์ในชุมชนที่เดินทางมาเยือน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 32 คน
- จัดรถโดยสารในเส้นทางคมนาคมที่ลำบากและยากต่อการเข้าถึง จำนวนผู้ให้ข้อมูล 28 คน
- ให้ภาครัฐที่สนับสนุนการท่องเที่ยวไปที่ชุมชนโดยตรง ส่วนภาคท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ให้เป็นพี่เลี้ยงเท่านั้น เพราะถ้าติดต่อไปองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก่อน ด้านงบประมาณ ชุมชนน้อยมากที่จะได้รับผลตอบแทน สนองในการสนับสนุนต่างๆ บางพื้นที่มีเรื่องการเมือง แบ่งพรรค แบ่งพวก เข้ามาเกี่ยวข้อง จำนวนผู้ให้ข้อมูล 24 คน
- ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเที่ยว ควรศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่/ชุมชนที่จะเดินทางไปเยือน จำนวนผู้ให้ข้อมูล 20 คน
- อยากให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามา บันทึกข้อมูลที่เป็นจริงลงในสมุดบันทึก ชุมชนในพื้นที่ จะได้นำข้อมูลไปแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น จำนวนผู้ให้ข้อมูล 18 คน

สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากการทำแบบสอบถาม คือ อยากให้ภาครัฐสนับสนุนด้านงบประมาณให้แก่กลุ่มท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยากให้ภาครัฐให้ความสำคัญ เข้ามามีส่วนสนับสนุน ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างจริงจัง สนับสนุน ส่งเสริมให้มีการประสานงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาครัฐในพื้นที่และคนในชุมชนให้มีความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ยั่งยืน อบรมเพื่อเตรียมความพร้อมของชุมชนรองรับ AEC (Asean Economics Community) ช่วยประชาสัมพันธ์

ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวพักโฮมสเตย์ในชุมชนที่เดินทางมาเยือน จัดรถโดยสารในเส้นทางการคมนาคมที่ลำบากและยากต่อการเข้าถึง ให้ภาครัฐที่สนับสนุนการท่องเที่ยวไปที่ชุมชนโดยตรง ส่วนภาคท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ให้เป็นพี่เลี้ยงเท่านั้น เพราะถ้าติดต่อไปองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก่อน ด้านงบประมาณ ชุมชนน้อยมากที่จะได้รับผลตอบแทน สนองในการสนับสนุนต่างๆ บางพื้นที่มีเรื่องการเมือง แบ่งพรรค แบ่งพวก เข้ามาเกี่ยวข้อง และมีข้อเสนอแนะที่ฝากถึงนักท่องเที่ยว คือ ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเที่ยว ควรศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่/ชุมชนที่จะเดินทางไปเยือน อยากให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามา บันทึกข้อมูลที่เป็นจริงลงในสมุดบันทึก ชุมชนในพื้นที่จะได้นำข้อมูลไปแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

## บทสรุป

คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ตามคำนิยาม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มีองค์ประกอบ ประกอบด้วย “ความยั่งยืน” “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่” และ “ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” เป็นดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 ตารางจำแนกคุณลักษณะตามองค์ประกอบ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน”

ตารางจำแนกคุณลักษณะตามองค์ประกอบ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน”	
องค์ประกอบ	ประเด็น
องค์ประกอบที่ 1 “ความยั่งยืน” ตามหลักการ “ความยั่งยืน” 5 ประการ ของ UNWTO (1988, 20-22) (1) การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม และ ทรัพยากรอื่นๆ ในการท่องเที่ยวไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต	ประเด็น “ทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ” (1) มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม ขณะเดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอก เพื่อนำมาปรับปรุง (96.0 %) (2) มีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้เข้าถึงได้ โดยปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ (97.2%) (3) มีกิจกรรมทางธรรมชาติ/ทางวัฒนธรรมประจำถิ่นที่หลากหลาย (95.6%) (4) มีการสร้างให้เกิดความตระหนักในการเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรมทั้งของผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน (97.0%) (5) สร้างคุณค่าทางธรรมชาติ-วัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรม-รักษาธรรมชาติดั้งเดิม (เช่นสร้างสรรค์ สินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับมรดกทางธรรมชาติ/วัฒนธรรม ในขณะที่สืบทอดความเป็นดั้งเดิม) (95.8%)

<p>(2) การวางแผนและจัดการในการพัฒนา การท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสังคม วัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว</p> <p>(3) การที่คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมยังคงได้รับการรักษาไว้ได้</p> <p>(4) ความสามารถในการรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้และสามารถทำการตลาดต่อไปได้</p> <p>(5) ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะ ต้องกระจายไปในทุกภาคส่วน</p>	<p>(6) มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (96.5%)</p> <p>(7) มีการออกแบบรายการนำเที่ยวในรูปแบบแพคเกจทัวร์ (เหมาจ่ายรวมค่าที่พัก อาหาร กิจกรรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว) โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านเป็นหัวใจสำคัญ (87.5%)</p> <p>(8) มีมาตรการ / วิธีการเพื่อลดมลพิษและปริมาณขยะในกิจกรรมท่องเที่ยว (92.8%)</p> <p>(9) มีการกำหนดกฎระเบียบเพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า (91.1%)</p> <p>(10) มีการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและให้ความสำคัญการรักษาทรัพยากร (96.8%)</p> <p>(11) มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยวโดดเด่น ที่ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ (96.8%)</p> <p>(12) มีสภาพความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมของพื้นที่ท่องเที่ยวที่ยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ (94.0%)</p> <p>ประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ”</p> <p>(1) มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว / กลุ่มดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (92.6%)</p> <p>(2) มีข้อตกลงหรือกฎระเบียบที่เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน (93.3%)</p> <p>(3) มีเครือข่าย/องค์กรภาคี/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย / พันธมิตรมีส่วนร่วม ในการจัดทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน (92.5%)</p> <p>(4) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว / คณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว (97.2%)</p> <p>(5) เปิดโอกาสให้สมาชิก (กลุ่ม/ชุมชน) ร่วมคิด ตัดสินใจ (97.4%)</p> <p>(6) สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะของตน (96.1%)</p> <p>(7) สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มท่องเที่ยวมีโอกาสในการมีรายได้ขายสินค้า / บริการให้นักท่องเที่ยว (96.5%)</p> <p>(8) มีแผนรองรับความปลอดภัย (94.6%)</p>
--	--

	<p>(9) มีข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัยชี้แจงแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า (91.4%)</p> <p>(10) มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ เช่น สมุดเยี่ยมหรือเวทีประจำเดือน (92.6%)</p> <p>(11) จัดให้มีการบริหารจัดการควบคุมให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่รองรับ (89.8%)</p> <p>(12) กิจกรรมท่องเที่ยวที่นำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ (95.8%)</p> <p>(13) มีการจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ (89.3%)</p> <p>การจัดกิจกรรมที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42) นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42) นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40) กิจกรรมที่นำเสนอโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36) นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) กิจกรรมที่นำเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30) นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30) นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรงอย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26) รองลงมา คือ คำนี้ถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95) และ การนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยี/เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71)</p>
<p>องค์ประกอบที่ 2 การเรียนรู้และมีส่วนร่วม ในศิลปะ วัฒนธรรม วิถี ชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/ อัตลักษณ์ เฉพาะถิ่นระหว่าง นักท่องเที่ยวและเจ้าของ พื้นที่</p>	<p>(1) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ พัฒนามาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชนสะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน (98.1%)</p> <p>(2) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริง จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและ วิถีชีวิตชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ โดยลงมือทำด้วยตัวเอง ร่วมกับเจ้าบ้าน/ คนในท้องถิ่น/พื้นที่ (94.4%)</p> <p>(3) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ มีความโดดเด่น</p>

	<p>น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางได้จริง (กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไปเรียนรู้) (96.7%)</p> <p>(4) รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ จัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว (96.7%)</p> <p>(5) วิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ / ภูมิปัญญา เป็นผู้มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้ น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า (97.0%)</p>
<p>องค์ประกอบที่ 3 ความผูกพันระหว่าง นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน</p>	<p>(1) นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี (95.1%)</p> <p>(2) คนในชุมชน / คนในพื้นที่ มีอัธยาศัยดีแสดงความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้ม ทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ (97.9%)</p> <p>(3) จัดให้มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ / คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ของชุมชนมอบให้นักท่องเที่ยว (85.3%)</p> <p>(4) มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโต้ตอบกันได้ ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ เช่น อีเมล แชทไลน์ เฟสบุ๊ก ฯลฯ หรือจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน/ พื้นที่ (84.4%)</p>

จากตารางสรุปคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ใน 3 องค์ประกอบ คือ “ความยั่งยืน” “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่” และ “ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” อธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

**องค์ประกอบที่ 1 ความ“ยั่งยืน”** มี 25 ประการ ประกอบด้วย ประเด็นด้านการ“ทรัพยากร วัฒนธรรมและทรัพยากร ธรรมชาติ” 12 ประการ และประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ” 13 ประการ

ประเด็นด้านการ“ทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากร ธรรมชาติ” 12 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมขณะเดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง วัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดสามารถสัมผัสได้เข้าถึงได้ที่ปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ มีกิจกรรมประจำถิ่นที่ หลากหลาย รักษาความเป็นดั้งเดิมในเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น สร้างความตระหนักในคุณค่า มิติใหม่ๆ และเคารพความแตกต่างระหว่างกัน ออกแบบรายการนำเที่ยว กิจกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยจัดให้มีกฎระเบียบ มาตรการ เพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ

ประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ” 13 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวมคือ มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ บริหารจัดการควบคุมให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่รองรับและจัดสรรรายได้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ จัดให้มีข้อตกลงร่วมกันใน สมาชิก ชุมชนและองค์กรภาคีเครือข่าย เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะของตนและมีรายได้จากการท่องเที่ยว มีแผนรองรับความปลอดภัยและข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวทราบ กิจกรรมท่องเที่ยวที่นำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ โดยการจัดกิจกรรมที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ได้รับบริการที่ประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย กิจกรรมที่นำเสนอโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น กิจกรรมที่นำเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรงอย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่ และสิ่งที่พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก คือ การคำนึงถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยวและการนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยี/เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว

**องค์ประกอบที่ 2 การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่** มี 5 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ พัฒนามาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชนสะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริงจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้



ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและ วิถีชีวิตชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้จากการลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน / คนในท้องถิ่น / พื้นที่ รูปแบบ กิจกรรมมีความโดดเด่น น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไปเรียนรู้ รูปแบบการจัดกิจกรรมเรียนรู้ที่นำเสนออาจจัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว วิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ / ภูมิปัญญา เป็นผู้มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้ น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า

**องค์ประกอบที่ 3 ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน มี 4 ประการ** โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี คนในชุมชน / คนในพื้นที่ มีอัธยาศัยดีแสดงความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้มทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ / คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ / ชุมชนมอบให้นักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโต้ตอบกันได้ ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ เช่น อีเมล แชนไลน์ เฟสบุ๊ก ฯลฯ หรือจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน / พื้นที่

การเตรียมชุมชนเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ 5 ประเด็นหลัก คือ (1) ด้านพื้นที่ (2) ด้านบุคลากร (3) ด้านกิจกรรม (4) ด้านการให้บริการ (5) ด้านความปลอดภัย อธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

**(1) ด้านพื้นที่** มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว รักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา คงความเป็นหมู่บ้านดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เป็นจุดเด่น จุดขาย จัดให้มีที่พัก อาหาร ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ พร้อมบริการนักท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม รื่นรมย์ ลอดคล้องกับเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ มีการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ความหลากหลายระบบนิเวศน์ จัดให้มีพื้นที่เอนกประสงค์ใช้ (สำหรับลานกิจกรรม / ลานวัฒนธรรมของชุมชน / จุดรวมนักท่องเที่ยว (หมู่คณะ) เพื่อนำบรรยายโดยมีอุปกรณ์เตรียมพร้อมเสมอ มีป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ให้ความรู้ ข้อมูลต่างๆ ปรับปรุงถนนหนทางให้มีสภาพดี ติดไฟส่องสว่าง มีการคมนาคมเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก มีจุดศูนย์กลางให้คำแนะนำข้อมูลนักท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อ / ช่องทางต่างๆ

(2) **ด้านบุคลากร** สรุป ได้เป็น 3 ส่วนย่อย คือ ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ และ ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ สรุปได้ดังนี้

**ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** คนในชุมชนมีการวางแผนร่วมกันจัดการท่องเที่ยว มีการร่วมกันวางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ เป็นฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ มีการประชุมเป็นประจำ / บ่อยครั้ง / มีการนั่งสนทนากลุ่ม หลังจากรับคณบดีนักท่องเที่ยว มีบุคลากรในพื้นที่ (วิทยากร) ที่ให้การต้อนรับ ให้ข้อมูลองค์ความรู้ (อาทิ ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มต้อนรับ มัคคุเทศก์น้อย รวมถึงคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของที่ดีอธิบายให้ข้อมูลต่างๆ) มีวิทยากรสำรองไว้ทุกจุดกิจกรรม จัดบุคลากรให้เพียงพอ

**ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้อง มีองค์ความรู้สามารถอธิบาย ถ่ายทอดความรู้ บอกเล่าเชื่อมโยงเรื่องราวของท้องถิ่น (เช่น ประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต) ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและประทับใจ ให้บริการเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีจิตอาสา สามัคคี เสียสละ รักในงานบริการและพร้อมตลอดเวลา กล่าวพูด กล่าวอธิบาย ไม่ปรุงแต่งมาก พูดในสิ่งที่ชุมชนมี

**ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่** อบรมในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความปลอดภัย อบรมภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นประจำ ไปศึกษาดูงานพื้นที่ต่างๆ เพื่อมาพัฒนาชุมชนของตนเอง อบรมให้เข้าใจถ่องแท้ในเรื่องประวัติท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง ส่งเสริมอบรมให้มีการนำเทคโนโลยี มาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว / สร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น เป็นที่รู้จัก อบรมให้มีความรู้ความเข้าใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

(3) **ด้านกิจกรรม** มีกิจกรรมในการอนุรักษ์ เรียนรู้ธรรมชาติ เรียนรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชุมชนท้องถิ่น มีกิจกรรมที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยเป็นกิจกรรมของพื้นที่จริงๆ เป็นจุดเด่น / จุดขาย ของชุมชน กิจกรรมมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และเลือกทำตามความเหมาะสม / ตามความสนใจ (อาทิ ปลูกป่าเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ การเรียนรู้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นดั้งเดิม อาจมีฐานการเรียนรู้ต่างๆ เช่น สมุนไพร วิชาชีพ กิจกรรมประจำวัน วิถีชีวิตของคนในชุมชน ลงแขกเกี่ยวข้าว ดำนา เก็บผักทำอาหาร รำวงชาวบ้าน ร่วมวงทานอาหารพื้นเมืองร่วมกับคนในท้องถิ่น ชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เรียนรู้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ของชุมชน นั่งรถอีแต่น ปั่นจักรยานชมวิถีชุมชน) เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้ ความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริง

ด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้านโดยเจ้าบ้านเป็นผู้สอน ผู้ถ่ายทอดความรู้ ในแต่ละกิจกรรม ต้องมีวิทยากรถ่ายทอดความรู้ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตามช่วงเวลา ตามฤดูกาล นำเสนอ กิจกรรมใหม่ๆ น่าสนใจ มีการต่อยอดปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพิ่มเติม ไม่ให้ซ้ำซาก จำเจ จัดให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำกิจกรรม จัดให้มีการต้อนรับแบบดั้งเดิมของพื้นที่ (เช่น มีบายศรีสู่ขวัญ ร่วมรับประทานอาหารร่วมกับชาวบ้าน) กิจกรรมที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ไม่ควรมากจนเกินไป สำหรับการเรียนรู้ในหนึ่งวัน

**(4) ด้านการให้บริการ** บริการด้วยความจริงใจ เป็นไปตามความจริง ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น เหมือนมาเยี่ยมญาติ เป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับด้วยมิตรไมตรี ทักทาย ยิ้มแย้ม แจ่มใส บริการต้อนรับทุกคนเท่าเทียมกัน สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุข คุ่มค่ากับการมาเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้กลับมาอีก มีที่พักที่สะอาด ถูกสุขลักษณะได้มาตรฐานโฮมสเตย์ สินค้าและบริการยังคงความเป็นเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ชุมชน บริการอาหารสด สะอาดถูกหลักอนามัย มีบริการอาหารกลางให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เพราะบางคนกินอาหารพื้นถิ่นไม่ได้ นำเสนอราคาตามปกติ “สินค้าพื้นเมือง ราคาพื้นถิ่น” เสมอต้นเสมอปลาย ให้บริการอย่างเป็นมิตร

**(5) ด้านความปลอดภัย** คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยของพื้นที่ มีคำแนะนำ กฎกติกา กฎระเบียบ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติโดยเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย เตรียมพร้อมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ การล่องแพ ล่องเรือ ก็ต้องมีชูชีพในสภาพดีพร้อมใช้งาน ถ้าข้างนักท่องเที่ยวต้องคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง จัดให้มีบุคลากรชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) /อปพร. (อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน) คอยดูแล มีสุขอนามัยในเรื่อง อาหารการกิน ที่พัก ห้องน้ำ ห้องส้วมต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ มีแผนเผชิญเหตุและซักซ้อมสม่ำเสมอ ให้คำนึงอยู่เสมอว่า นักท่องเที่ยว คือ แขก คือญาติมิตรพี่น้องเราคนหนึ่ง ความปลอดภัยในทุกด้านต้องพร้อมเสมอ มีการอบรมด้านความปลอดภัย เตรียมพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

ปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อธิบายได้ว่า ปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญมากที่สุดในส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน / พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การอนุรักษ์และตระหนักในคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ผู้นำมีภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ การมีความโดดเด่นของพื้นที่/เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของพื้นที่ การบริหารจัดการที่ดีจัดสรรผลประโยชน์อย่างโปร่งใสลงตัวและคนในชุมชน/ในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว การได้รับการ สนับสนุนจากองค์กรภายนอกหรือหน่วยงานรัฐ (นโยบาย งบประมาณ บุคลากร องค์ความรู้) ปัจจัยเพิ่มเติมอื่นๆ คือ การร่วมมือกัน

ของคนในชุมชน นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับคนในพื้นที่ ให้ความรู้ และทำให้นักท่องเที่ยวสวนกุสสานาน เพลิดเพลิน ให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (เช่น ดูแลด้านที่พักอาหาร ให้ถูกสุขลักษณะ) ต้องซื้อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยว ผู้นำ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสนับสนุนให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในชุมชน การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ (เช่น การทำแผนพับ การได้ไปออกบูธ ตามงานท่องเที่ยวต่างๆ การออกรายการโทรทัศน์)

**ข้อเสนอแนะ** จากการทำแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาและหาข้อสรุปแบบอุปนัย สามารถสรุปได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นข้อเรียกร้องส่งไปยังภาครัฐบาล คือ ให้ภาครัฐสนับสนุนด้านงบประมาณให้แก่กลุ่มท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้ภาครัฐให้ความสำคัญ เข้ามามีส่วนสนับสนุน ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างจริงจัง สนับสนุนส่งเสริมให้มีการประสานงานสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาครัฐในพื้นที่และคนในชุมชนให้มีความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ยั่งยืน ให้ภาครัฐสนับสนุนให้มีการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมของชุมชนรองรับ AEC (Asean Economics Community) ให้ภาครัฐช่วยประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวพักโฮมสเตย์ในชุมชนที่เดินทางมาเยือน จัดรถโดยสารในเส้นทางคมนาคมที่ลำบากและยากต่อการเข้าถึง ให้ภาครัฐที่สนับสนุนงบประมาณเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสนับสนุนไปที่ชุมชนโดยตรง ส่วนบทบาทภาคท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเป็นพี่เลี้ยง ต้องให้คำแนะนำ ความรู้ด้านการท่องเที่ยวได้

ประเด็นข้อเรียกร้องส่งไปยังนักท่องเที่ยว คือ ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเที่ยวควรศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่/ชุมชนที่จะเดินทางไปเยือนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาขอความกรุณำบันทึกข้อมูลที่เป็นจริงลงในสมุดบันทึกชุมชนในพื้นที่จะได้นำข้อมูลไปแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

## บทที่ 5

### การศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชน ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์การเรียนรู้ของชุมชน/พื้นที่การท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ “การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นได้ตลอดไป” ตามค่านิยม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากการทำแบบสอบถามของชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 57 ชุมชน (570 ตัวอย่าง) เพื่อหาคำตอบ ใน 3 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย (1) ประเด็น “องค์ความรู้” โดยการค่าร้อยละของ “องค์ความรู้” และหาค่าเฉลี่ยเพื่อบอกระดับความสำคัญขององค์ความรู้ ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็นต้องรู้ (2) ประเด็น “วิธีการเรียนรู้” โดยการหาค่าร้อยละของ “วิธีการเรียนรู้” และหาค่าเฉลี่ยเพื่อบอกระดับความสำคัญของวิธีการเรียนรู้ ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็น และ (3) ประเด็น “แหล่งการเรียนรู้” โดยการค่าร้อยละของ “แหล่งการเรียนรู้” และหาค่าเฉลี่ย เพื่อบอกระดับความสำคัญของแหล่งการเรียนรู้ ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็น โดยจากการทำแบบสอบถาม พบว่า

#### 5.1 ประเด็น “องค์ความรู้”

ประเด็น “องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็นต้องรู้ ประกอบด้วย (1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็นต้องรู้ จำนวน 565 คน คิดเป็นร้อยละ 99.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 (2) การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็นต้องรู้ จำนวน 563 คน คิดเป็นร้อยละ 98.8 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 (3) การตลาดท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็นต้องรู้ จำนวน 563 คน คิดเป็นร้อยละ 98.8 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 (4) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็นต้องรู้จำนวน 563 คน คิดเป็นร้อยละ 98.8 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 (5) การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็นต้องรู้ จำนวน 562 คน คิดเป็นร้อยละ 98.6 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 7

คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 (6) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 562 คน คิดเป็นร้อยละ 98.6 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 (7) สร้างความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ในคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 561 คน คิดเป็นร้อยละ 98.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 (8) การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 561 คน คิดเป็นร้อยละ 98.4 และเห็นว่าไม่มีผลสำคัญ/จำเป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 (9) การสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 562 คน คิดเป็นร้อยละ 98.6 และเห็นว่าไม่มีผลสำคัญ/จำเป็น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 (10) ความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ของพื้นที่ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 565 คน คิดเป็นร้อยละ 99.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 (11) การออกแบบกิจกรรม/จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่า โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 557 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (12) การเป็นวิทยากรผู้สอน ผู้ถ่ายทอดหรือผู้สื่อสารความหมายที่ดี โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 561 คน คิดเป็นร้อยละ 98.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 (13) การใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 551 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และเห็นว่าไม่มีผลสำคัญ/จำเป็น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 (14) ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 556 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 และเห็นว่าไม่มีผลสำคัญ/จำเป็น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 (15) การสร้างคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรมใหม่ๆ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลสำคัญ/จำเป็นต่อรู้ จำนวน 559 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 แสดงดังตารางที่ 5-1

ตารางที่ 5-1 ตารางแสดงจำนวนร้อยละ ของประเด็น “องค์ความรู้”

ประเด็น "องค์ความรู้"	ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน	มีความสำคัญ / จำเป็น	565	99.1
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	5	0.9
(2) การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน	มีความสำคัญ / จำเป็น	563	98.8
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	7	1.2
(3) การตลาดท่องเที่ยว	มีความสำคัญ / จำเป็น	563	98.8
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	2	0.4
	ไม่ระบุ	5	0.9
(4) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	มีความสำคัญ / จำเป็น	563	98.8
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	2	0.4
	ไม่ระบุ	5	0.9
(5) การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว	มีความสำคัญ / จำเป็น	562	98.6
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	1	0.2
	ไม่ระบุ	7	1.2
(6) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว	มีความสำคัญ / จำเป็น	562	98.6
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	8	1.4
(7) สร้างความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ในคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม	มีความสำคัญ / จำเป็น	561	98.4
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	9	1.6

ประเด็น “องค์ความรู้”	ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(8) การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/ คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัต ลักษณ์ของพื้นที่	มีความสำคัญ / จำเป็น	561	98.4
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	1	0.2
	ไม่ระบุ	8	1.4
(9) การสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและ ยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อ นำมาปรับปรุง	มีความสำคัญ / จำเป็น	562	98.6
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	2	0.4
	ไม่ระบุ	6	1.1
(10) ความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ของพื้นที่	มีความสำคัญ / จำเป็น	565	99.1
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	5	0.9
(11) การออกแบบกิจกรรม/จัดรายการนำ เที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักใน คุณค่า	มีความสำคัญ / จำเป็น	557	97.7
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	13	2.3
(12) การเป็นวิทยากรผู้สอน ผู้ถ่ายทอด หรือผู้สื่อสารความหมายที่ดี	มีความสำคัญ / จำเป็น	561	98.4
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	9	1.6
(13) การใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารใน ชีวิตประจำวัน	มีความสำคัญ / จำเป็น	551	96.7
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	9	1.6
	ไม่ระบุ	10	1.8



ประเด็น “ องค์ความรู้”	ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(14) ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ	มีความสำคัญ / จำเป็น	556	97.5
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	2	0.4
	ไม่ระบุ	12	2.1
(15) การสร้างคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรมใหม่ๆ	มีความสำคัญ / จำเป็น	559	98.1
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	11	1.9
(16) เนื้อหา/องค์ความรู้ อื่นๆ			

สรุปได้จากตารางดังกล่าวข้างต้น ประเด็น “ องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็นต้องรู้ ประกอบด้วย (1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน (2) การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน (3) การตลาดท่องเที่ยว (4) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (5) การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว (6) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว (7) สร้างความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ในคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม (8) การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ (9) การสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง (10) ความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ของพื้นที่ (11) การออกแบบกิจกรรม/จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่า (12) การเป็นวิทยากรผู้สอน ผู้ถ่ายทอดหรือผู้สื่อสารความหมายที่ดี (13) การใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารในชีวิตประจำวัน (14) ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ (15) การสร้างคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรมใหม่ๆ

ส่วนองค์ความรู้ อื่นๆ จากการวิเคราะห์เนื้อหาในข้อความปลายเปิด พบว่า เนื้อหาองค์ความรู้อื่นๆที่จำเป็นเพิ่มเติมสำหรับชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ดังนี้ (1) เนื้อหาเกี่ยวกับการรักษาภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่ สืบทอดต่อไป มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 56 คน (2) เนื้อหาเกี่ยวกับการค้นหาความเป็นตัวตนของชุมชน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ความเป็นชุมชนโดยตัวชุมชนเองต้องร่วมกันค้นหา (อาทิ ค้นหาประวัติศาสตร์ความเป็นมา วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเองโดยเป็นสิ่งที่คนในชุมชนต้องร่วมกันค้นหา บันทึก จัดเก็บข้อมูล เรียบรู้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจร่วมกันอย่างถ่องแท้) มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 26 คน (3) เนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของท้องถิ่น

มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 25 คน (4) เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจนำเสนอในสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์  
 พื้นบ้านจริงๆ ให้แก่ผู้สนใจ มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 22 คน (5) เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการสื่อความหมาย การ  
 อธิบายถ่ายทอดที่ถูกต้อง น่าสนใจให้มีสาระและบันเทิง มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 21 คน (6) เนื้อหา  
 เกี่ยวกับการสื่อสารภาษาอาเซียน ภาษาอังกฤษ มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 คน (7) เนื้อหาเกี่ยวกับการ  
 เรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 18 คน

ทั้งนี้จากการทำแบบสอบถามของชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 57 ชุมชน  
 (570 ตัวอย่าง) เพื่อหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ย เพื่อบอกระดับความสำคัญ / จำเป็น พบว่า

5.1.2 ระดับความสำคัญ/จำเป็น ในประเด็น “องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการ  
 ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เห็นว่ามีค่าสำคัญหรือจำเป็นต้องรู้ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับ  
 ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย สร้างความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ในคุณค่าความเป็น  
 ชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 การสร้างคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรมใหม่ๆ  
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัต  
 ลักษณะของพื้นที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ซึ่งเท่ากันกับการบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว  
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และเท่ากันกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
 4.31 ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 การเป็นวิทยากรผู้สอน  
 ผู้ถ่ายทอดหรือผู้สื่อความหมายที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชน  
 อย่างยั่งยืน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 การสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจาก  
 ภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

สำหรับประเด็น “องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้อง  
 รู้ในระดับมาก ประกอบด้วย การออกแบบกิจกรรม/จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนัก  
 ในคุณค่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ของพื้นที่  
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
 3.89 การตลาดท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83  
 การใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารในชีวิตประจำวัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 แสดงดังตารางที่ 5-2

ตารางที่ 5-2 จำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ /  
 จำเป็น ของ “องค์ความรู้”

ประเด็น "เนื้อหา/องค์ ความรู้"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
(1) การ พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวใน ชุมชนอย่าง ยั่งยืน	279 (48.9%)	194 (34.0%)	83 (14.6%)	8 (1.4%)	1 (0.2%)	4.3 1	0.78 5	มาก ที่สุด

ประเด็น "เนื้อหา/องค์ ความรู้"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
(2) การ บริหาร จัดการ ท่องเที่ยวใน ชุมชนอย่าง ยั่งยืน	264 (46.3%)	184 (32.3%)	99 (17.4%)	15 (2.6%)	1 (0.2%)	4.2 3	0.84 5	มาก ที่สุด
(3) การตลาด ท่องเที่ยว	141 (24.7%)	260 (45.6%)	117 (20.5%)	37 (6.5%)	8 (1.4%)	3.8 7	0.91 3	มาก
(4) พฤติกรรม นักท่องเที่ยว	100 (17.5%)	285 (50.0%)	159 (27.9%)	18 (3.2%)	1 (0.2%)	3.8 3	0.75 8	มาก
(5) การ บริการและ ความ ปลอดภัย นักท่องเที่ยว	285 (50.0%)	187 (32.8%)	69 (12.1%)	21 (3.7%)	0 (0.0%)	4.3 1	0.82 7	มาก ที่สุด
(6) การใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว	162 (28.4%)	219 (38.4%)	145 (25.4%)	27 (4.7%)	9 (1.6%)	3.8 9	0.93 3	มาก
(7) สร้าง ความ ภาคภูมิใจ และตระหนัก รู้ในคุณค่า ความเป็น ชุมชนเจ้าของ วัฒนธรรม	312 (54.7%)	168 (29.5%)	62 (10.9%)	15 (2.6%)	4 (0.7%)	4.3 7	0.83 8	มาก ที่สุด

ประเด็น "เนื้อหา/ องค์ความรู้"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
(8) การค้นหาความ โดดเด่นของพื้นที่/ คุณลักษณะของ พื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่	294 (51.6%)	160 (28.1%)	94 (16.5%)	12 (2.1%)	1 (0.2%)	4.31	0.836	มากที่สุด
(9) การสืบทอด วัฒนธรรมดั้งเดิม และยอมรับ วัฒนธรรมที่มาจาก ภายนอกเพื่อนำมา ปรับปรุง	264 (46.3%)	180 (31.6%)	96 (16.8%)	20 (3.5%)	2 (0.4%)	4.22	0.877	มากที่สุด
(10) ความรู้ทาง ภูมิศาสตร์ ประวัติ ศาสตร์ ศิลป วัฒนธรรม ของ พื้นที่	256 (44.9%)	187 (32.8%)	102 (17.9%)	16 (2.8%)	4 (0.7%)	4.19	0.880	มาก
(11) การออกแบบ กิจกรรม/จัด รายการนำเที่ยว สร้างให้นักท่องเที่ยว เที่ยวตระหนักใน คุณค่า	241 (42.3%)	203 (35.6%)	102 (17.9%)	4 (0.7%)	7 (1.2%)	4.20	0.848	มาก

ประเด็น "เนื้อหา/องค์ ความรู้"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
(12) การ เป็นวิทยากร ผู้สอน ผู้ ถ่ายทอด หรือผู้สื่อสาร ความหมาย ที่ดี	264 (46.3%)	204 (35.8%)	81 (14.2%)	10 (1.8%)	2 (0.4%)	4.28	0.8 01	มากที่สุด
(13) การใช้ ภาษา อังกฤษ สื่อสารใน ชีวิตประจำ วัน	122 (21.4%)	142 (24.9%)	178 (31.2%)	63 (11.1%)	46 (8.1%)	3.42	1.1 91	มาก

(14) ศิลปะ การต้อนรับ ที่ประทับใจ	269 (47.2%)	188 (33.0%)	88 (15.4%)	9 (1.6%)	2 (0.4%)	4.28	0.8 13	มาก ที่สุด
(15) การ สร้างคุณค่า ทาง ธรรมชาติ วัฒนธรรม ใหม่ๆ	304 (53.3%)	150 (26.3%)	94 (16.5%)	6 (1.1%)	5 (0.9%)	4.33	0.8 54	มาก ที่สุด
(16) เนื้อหา/องค์ ความรู้ อื่นๆ								



จากตารางดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า “เนื้อหา/องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เห็นว่ามีความสำคัญหรือจำเป็นต้องรู้ ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย สร้างความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ในคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม การสร้างคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรมใหม่ๆ การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ การเป็นวิทยากรผู้สอนผู้ถ่ายทอดหรือผู้สื่อสารความหมายที่ดี การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน การสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง สำหรับประเด็น “เนื้อหา/องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้องรู้ ในระดับมาก ประกอบด้วย การออกแบบกิจกรรม/จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่า ความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารในชีวิตประจำวัน

ส่วนเนื้อหา/องค์ความรู้ อื่นๆ จากการวิเคราะห์เนื้อหาในข้อคำถามปลายเปิด พบว่า เนื้อหาองค์ความรู้อื่นๆที่จำเป็นเพิ่มเติมสำหรับชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ดังนี้ (1) เนื้อหาเกี่ยวกับการรักษาภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่ สืบทอดต่อไป (2) เนื้อหาเกี่ยวกับการค้นหาความเป็นตัวตนของชุมชน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ความเป็นชุมชนโดยตัวชุมชนเองต้องร่วมกันค้นหา (อาทิ ค้นหาประวัติศาสตร์ความเป็นมา วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเองโดยเป็นสิ่งที่คนในชุมชนต้องร่วมกันค้นหา บันทึก จัดเก็บข้อมูล เรียนรู้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจร่วมกันอย่างถ่องแท้) (3) เนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของท้องถิ่น (4) เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจนำเสนอในสิ่งที่เป็เอกลักษณ์พื้นบ้านจริงๆให้แก่ผู้สนใจ (5) เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการสื่อความหมาย การอธิบายถ่ายทอดที่ถูกต้อง น่าสนใจให้มีสาระและบันเทิง (6) เนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารภาษาอาเซียน ภาษาอังกฤษ (7) เนื้อหาเกี่ยวกับการเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## 5.2 ประเด็น “วิธีการเรียนรู้”

ประเด็น “วิธีการเรียนรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญ / จำเป็น โดยจากการทำแบบสอบถาม พบว่า (1) ประสพการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริงโดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 559 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 ทั้งนี้มีไม่ได้รับหรือให้ความเห็น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 (2) การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 560 คน คิดเป็นร้อยละ 98.2 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ทั้งนี้มีไม่ได้รับหรือให้ความเห็น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 (3) การประชุม/สัมมนา โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 560 คน คิดเป็นร้อยละ 98.2 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ทั้งนี้มีไม่ได้รับหรือให้ความเห็น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 (4) คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันโดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 558 คน คิดเป็นร้อยละ 97.9 และ

เห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น  
จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 (5) การไปศึกษาดูงาน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีมีความสำคัญ/จำเป็น  
จำนวน 555 คน คิดเป็นร้อยละ 97.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 2.6 แสดงดังตารางที่ 5-3

ตารางที่ 5-3 ตารางแสดงจำนวนร้อยละ ของประเด็น “วิธีการเรียนรู้”

ประเด็น "วิธีการเรียนรู้"	ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) ประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลอง ปฏิบัติจริง	มีความสำคัญ / จำเป็น	559	98.1
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	11	1.9
(2) การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม	มีความสำคัญ / จำเป็น	560	98.2
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	1	0.2
	ไม่ระบุ	9	1.6
(3) การประชุม/สัมมนา	มีความสำคัญ / จำเป็น	560	98.2
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	1	0.2
	ไม่ระบุ	9	1.6
(4) คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน	มีความสำคัญ / จำเป็น	558	97.9
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	4	0.7
	ไม่ระบุ	8	1.4
(5) การไปศึกษาดูงาน	มีความสำคัญ / จำเป็น	555	97.4
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	15	2.6
(6) วิธีการเรียนรู้อื่นๆ โปรดระบุ			

จากตารางดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า วิธีการเรียนรู้ ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญ / จำเป็น ประกอบด้วย (1) ประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริง (2) การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม (3) การประชุม/สัมมนา (4) คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน (5) การไปศึกษาดูงาน

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาในข้อความปลายเปิด พบว่า มีวิธีการเรียนรู้อื่นๆเพิ่มเติม สำหรับชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ดังนี้ (1) ให้บุคคลที่เป็นผู้รู้ (กูรู) มีประสบการณ์จริง ผู้เฒ่าผู้แก่ ครูภูมิปัญญา ราษฎรชาวบ้าน ถ่ายทอดให้ความรู้แก่คนรุ่นหลังอย่างจริงจัง แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่น มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 35 คน (2) อบรมเรียนรู้แล้วได้ทดลองปฏิบัติจริงในด้านนั้นๆ มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 26 คน (3) ไปศึกษาเรียนรู้จากชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ เครือข่ายอื่นๆ จังหวัดอื่นๆ หรือต่างประเทศแล้วนำมาแนวคิด ความรู้มาถ่ายทอดให้คนในพื้นที่ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ตนเอง มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน (4) รับฟัง แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากพื้นที่อื่นๆแล้วมาปรับใช้ มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 18 คน (5) เรียนรู้จากการอบรมบ่อยๆ ซ้ำหลายๆครั้ง เพื่อให้เข้าใจถ่องแท้ มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน (6) เรียนรู้จากธรรมชาติและคนในชุมชน มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 16 คน (7) เรียนรู้จากการได้ทำกิจกรรม ได้ทำงานร่วมกันของคนในพื้นที่ มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 14 คน (8) เรียนรู้ ปรับเปลี่ยน พัฒนา จากประสบการณ์ที่เคยได้ปฏิบัติกับนักท่องเที่ยว มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 13 คน (9) เรียนรู้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชน เจ้าของสถานที่ มีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 9 คน

5.2.2 ระดับความสำคัญ/จำเป็น ในประเด็น “วิธีการเรียนรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เห็นว่ามีมีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และวิธีการเรียนรู้โดยคนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 การประชุม/สัมมนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และการไปศึกษาดูงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 แสดงดังตารางที่ 5-4

ตารางที่ 5-4 จำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ / จำเป็น ของ “วิธีการเรียนรู้”

ประเด็น "วิธีการ เรียนรู้"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
(1) ประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริง	227 (39.8%)	208 (36.5%)	112 (19.6%)	12 (2.1%)	0 (0.0%)	4.16	0.817	มาก



(2) การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม	184 (32.3%)	242 (42.5%)	115 (20.2%)	18 (3.2%)	1 (0.2%)	4.05	0.823	มาก
(3) การประชุม/สัมมนา	169 (29.6%)	237 (41.6%)	121 (21.2%)	31 (5.4%)	2 (0.4%)	3.96	0.878	มาก
(4) คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน	241 (42.3%)	187 (32.8%)	106 (18.6%)	20 (3.5%)	4 (0.7%)	4.15	0.899	มาก
(5) การไปศึกษาดูงาน	192 (33.7%)	193 (33.9%)	115 (20.2%)	31 (5.4%)	24 (4.2%)	3.90	1.076	มาก
(6) วิธีการเรียนรู้อื่นๆ ไปรตระบุ								

จากตารางดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า “วิธีการเรียนรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เห็นว่ามีค่าสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก ได้แก่ ประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริง วิธีการเรียนรู้โดยคนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม การประชุม/สัมมนา และการไปศึกษาดูงาน ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาในข้อคำถามปลายเปิด พบว่า มีวิธีการเรียนรู้อื่นๆเพิ่มเติม สำหรับชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ดังนี้ (1) ให้บุคคลที่เป็นผู้รู้ (กูรู) มีประสบการณ์จริง ผู้เฒ่าผู้แก่ ครูภูมิปัญญาประชาชนชาวบ้าน ถ่ายทอดให้ความรู้แก่คนรุ่นหลังอย่างจริงจัง แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่น (2) อบรมเรียนรู้แล้วได้ทดลองปฏิบัติจริงในด้านนั้นๆ (3) ไปศึกษาเรียนรู้จากชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ เครือข่ายอื่นๆ จังหวัดอื่นๆ หรือต่างประเทศแล้วนำมาแนวคิด ความรู้มาถ่ายทอดให้คนในพื้นที่ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ตนเอง (4) รับฟัง แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากพื้นที่อื่นๆแล้วมาปรับใช้ (5) เรียนรู้จากการอบรมบ่อยๆ ซ้ำหลายๆครั้งเพื่อให้เข้าใจองแท้ (6) เรียนรู้จากธรรมชาติและคนในชุมชน (7) เรียนรู้จากการได้ทำกิจกรรม ได้ทำงานร่วมกันของคนในพื้นที่ (8) เรียนรู้ ปรับเปลี่ยน

พัฒนา จากประสบการณ์ที่เคยได้ปฏิบัติกับนักท่องเที่ยว (9) เรียนรู้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชน เจ้าของสถานที่

### 5.3 ประเด็น “แหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเรียนรู้”

ประเด็น “แหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเรียนรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญ / จำเป็น โดยจากการทำแบบสอบถาม พบว่า (1) ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ประชาชนชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 559 คน คิดเป็นร้อยละ 98.1 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 (2) ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 557 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (3) สถาบัน การศึกษา โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 557 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (4) สื่อสิ่งพิมพ์ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 557 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 (5) โทรทัศน์ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 555 คน คิดเป็นร้อยละ 97.4 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (6) วิทยุชุมชน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 549 คน คิดเป็นร้อยละ 96.3 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 (7) อินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 551 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 (8) หน่วยงานภาครัฐ โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็นจำนวน 553 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 (9) หน่วยงานภาคเอกชน โดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีค่าสำคัญ/จำเป็น จำนวน 550 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5 และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ/จำเป็น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ทั้งนี้ไม่ได้ระบุหรือให้ความเห็น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 แสดงดังตารางที่ 5-5

ตารางที่ 5-5 ตารางแสดงจำนวนร้อยละ ของประเด็น “แหล่งการเรียนรู้”

ประเด็น “แหล่งการเรียนรู้”	ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
(1) ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ประชาชนชาวบ้าน ครู ภูมิปัญญาท้องถิ่น	มีความสำคัญ / จำเป็น	559	98.1
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-

	ไม่ระบุ	11	1.9
(2) ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน	มีความสำคัญ / จำเป็น	557	97.7
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	13	2.3
(3) สถาบันการศึกษา	มีความสำคัญ / จำเป็น	557	97.7
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	-	-
	ไม่ระบุ	13	2.3
(4) สื่อสิ่งพิมพ์	มีความสำคัญ / จำเป็น	557	97.7
	ไม่มีความสำคัญ / จำเป็น	2	0.4
	ไม่ระบุ	11	1.9

จากตารางดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า แหล่งการเรียนรู้ ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญ / จำเป็น ประกอบด้วย (1) ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ประชาชนชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (3) สถาบันการศึกษา (4) สื่อสิ่งพิมพ์ (5) โทรทัศน์ (6) วิทยุชุมชน (7) อินเทอร์เน็ต (8) หน่วยงานภาครัฐ (9) หน่วยงานภาคเอกชน

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาในข้อความปลายเปิด พบว่า มีแหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเรียนรู้อื่นๆเพิ่มเติม สำหรับชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ

(1) หน่วยงานที่สนับสนุนการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ประกอบด้วย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 38 คน เครือข่ายการท่องเที่ยวและบ้านพักโฮมสเตย์ มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 36 คน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด (กทจ.) มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 33 คน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 31 คน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมมหาชน) (อพท.) มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 30 คน พิพิธภัณฑ์ชุมชนของท้องถิ่น มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 29 คน ศูนย์บริการท่องเที่ยวจังหวัด มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 24 คน กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 22 คน พิพิธภัณฑ์ของจังหวัด กรมศิลปากร มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 19 คน กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 11 คน

(2) หน่วยงานที่สนับสนุนการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวโดยอ้อม ประกอบด้วย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ในพื้นที่ (อาทิ องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานเทศบาล ตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด) กระทรวงมหาดไทย มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 39 คน ณาการเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 38 คน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด มีผู้ให้ ข้อมูลจำนวน 36 คน ศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 36 คน สำนักงานเกษตรอำเภอ / จังหวัด กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 27 คน ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน กรม พัฒนาฝีมือแรงงาน มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 25 คน สถาบันการศึกษา (โรงเรียน อาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัย) มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 22 คน สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 19 คน

5.3.2 ระดับความสำคัญ/จำเป็น ในประเด็น “แหล่งการเรียนรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เห็นว่ามีมีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ประชาชนชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือ “แหล่งการเรียนรู้” ที่ ชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เห็นว่ามีมีความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 หน่วยงานภาครัฐ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 สถาบันการศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โทรทัศน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 หน่วยงานภาคเอกชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 วิทยุชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และสื่อสิ่งพิมพ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 แสดงดังตารางที่ 5-6

ตารางที่ 5-6 จำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญ / จำเป็น ของ “แหล่งการเรียนรู้”

ประเด็น "แหล่งการ เรียนรู้"	ระดับความสำคัญ / จำเป็น					$\bar{X}$	S.D.	ระ ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
(1) ผู้มี ความรู้ใน ชุมชน เช่น ประชาชน ชาวบ้าน ครู ภูมิปัญญา ท้องถิ่น	297 (52.1%)	191 (33.5%)	56 (9.8%)	12 (2.1%)	3 (0.5%)	4.37	0.793	มา ก ที่ สุ ด
(2) ศูนย์การ เรียนรู้ชุมชน	242 (42.5%)	202 (35.4%)	79 (13.9%)	16 (2.8%)	18 (3.2%)	4.14	0.982	มา ก
(3) สถาบัน การศึกษา	181 (31.8%)	219 (38.4%)	121 (21.2%)	27 (4.7%)	9 (1.6%)	3.96	0.939	มา ก

(4) สื่อสิ่งพิมพ์	93 (16.3%)	196 (34.4%)	201 (35.3%)	52 (9.1%)	15 (2.6%)	3.54	0.966	มาก
(5) โทรทัศน์	147 (25.8%)	198 (34.7%)	146 (25.6%)	54 (9.5%)	10 (1.8%)	3.75	1.010	มาก
(6) วิทยุชุมชน	152 (26.7%)	156 (27.4%)	164 (28.8%)	61 (10.7%)	16 (2.8%)	3.67	1.084	มาก
(7) อินเทอร์เน็ต	135 (23.7%)	191 (33.5%)	153 (26.8%)	62 (10.9%)	10 (1.8%)	3.69	1.020	มาก
(8) หน่วยงานภาครัฐ	184 (32.3%)	164 (28.8%)	158 (27.7%)	39 (6.8%)	8 (1.4%)	3.86	1.007	มาก
(9) หน่วยงานภาคเอกชน	161 (28.2%)	162 (28.4%)	138 (24.2%)	60 (10.5%)	29 (5.1%)	3.67	1.160	มาก
(10) แหล่งสนับสนุนการเรียนรู้อื่นๆ ทั่วประเทศ								

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาในข้อคำถามปลายเปิด พบว่า มีแหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเรียนรู้อื่นๆเพิ่มเติม สำหรับชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปลงได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ (1) หน่วยงานที่สนับสนุนการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวโดยตรง กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เครือข่ายการท่องเที่ยวและบ้านพักโฮมสเตย์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด (กทจ.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมมหาชน) (อพท.) พิพิธภัณฑ์ชุมชนของท้องถิ่น ศูนย์บริการท่องเที่ยวจังหวัด กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ของจังหวัด กรมศิลปากร กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

(2) หน่วยงานที่สนับสนุนการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวโดยอ้อม ประกอบด้วย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ในพื้นที่ (อาทิ องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานเทศบาลตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด) กระทรวงมหาดไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน สำนักงานเกษตรอำเภอ /จังหวัด กระทรวงเกษตร

และสหกรณ์ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สถาบันการศึกษา (โรงเรียน อาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัย) สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

## สรุป

ประเด็น “เนื้อหา/องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้องรู้มี 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะถิ่นและเนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทาง

(1) **เนื้อหา / องค์ความรู้เฉพาะถิ่น**ในภาพรวม คือ การสร้างให้เกิดองค์ความรู้ / เนื้อหาการเรียนรู้ท้องถิ่น อาทิ คนในชุมชนต้องร่วมกันสร้างความภาคภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง การค้นหาความเป็นตัวตนของชุมชน การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ การรักษาภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่โดยการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง

วิธีการเรียนรู้คือคนในชุมชนเองต้องร่วมกันค้นหาประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง ทำการบันทึกจัดเก็บข้อมูล เรียนรู้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจร่วมกันอย่างถ่องแท้ โดยความรู้ในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นที่สำคัญ อาทิ ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ครอบครัว สถาบันการศึกษาในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ คือ เรียนรู้จากการที่คนในท้องถิ่นต้องได้ทำกิจกรรมได้ทำงานร่วมกัน การที่คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ให้บุคคลที่เป็นผู้รู้ (กูรู) มีประสบการณ์จริง ผู้เฒ่าผู้แก่ ครูภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน ถ่ายทอดให้ความรู้แก่คนรุ่นใหม่ การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากครอบครัว เครือญาติ รุ่นสู่รุ่นโดยมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการสืบทอด การไปศึกษาดูงานต่างพื้นที่แล้วนำแนวคิด ความรู้มาถ่ายทอดให้คนในพื้นที่ หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมเยือนเพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดแนวคิด เป็นต้น และสิ่งที่สำคัญคือ ต้องเรียนรู้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชน/เจ้าของวัฒนธรรม

(2) **เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทาง** มีเนื้อหาในภาพรวม คือ การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรม / จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่า การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของท้องถิ่น วิธีการสื่อความหมาย การอธิบายถ่ายทอดที่ถูกต้อง น่าสนใจให้มีสาระและบันเทิง การสื่อสารภาษาอาเซียน ภาษาอังกฤษ การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีการเรียนรู้ คือ การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม การประชุม/สัมมนา และการไปศึกษาดูงาน โดยชุมชนมีประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริงคนในชุมชน / คนในพื้นที่มีส่วนร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม สำหรับช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อให้เข้าถึงชุมชน อาทิ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต วิทยุชุมชน และสื่อสิ่งพิมพ์

## บทที่ 6

### แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ศึกษาภาคสนามกับพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา 4 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย และชุมชนเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott parsons) วิเคราะห์พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเชื่อมโยงสู่การอธิบาย “แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” และนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

#### 6.1 การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการลงพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 ชุมชนประกอบด้วย ชุมชนน้ำเขียว จังหวัดตราด ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย และชุมชนเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ สรุปได้ดังนี้

##### (1) ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัด ตราด

ชุมชนบ้านน้ำเขียว ตั้งอยู่บริเวณสองฝั่งริมคลองน้ำเขียว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดโดยต้นน้ำของคลองน้ำเขียวอยู่ที่เขาแดง ที่เรียกว่า น้ำเขียว เพราะน้ำในคลองจะเขียวมากในฤดูน้ำหลาก ซึ่งจะได้ยินเสียงน้ำในคลองที่ไหลเขียว ชาวบ้านจึงพากันเรียกว่า “คลองน้ำเขียว” แรกเริ่มเดิมทีตั้งแต่สมัยโบราณกาลชาวสยามในฐานะพุทธศาสนิกชน เข้ามาจับจองพื้นที่ริมคลองน้ำเขียวเพื่ออยู่อาศัยทำการประมงและการเกษตร กระทั่งสยามเปิดประเทศให้มีการค้าขายทางเรือ ชาวจีนเดินทางมาค้าขายทางเรือ เห็นว่าบริเวณดังกล่าวอุดมสมบูรณ์จึงได้มาตั้งถิ่นฐานและแต่งงานกับคนในพื้นที่ ได้ไล่ล่าเข้ามาค้าขายเห็นว่าประเทศไทยสงบสุขและอุดมสมบูรณ์ จึงลงหลักปักฐานที่นี่ เวลาต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 3 เกิดสงครามญวนขึ้นในเขมร แยกจามเชื้อสายมลายูจากประเทศกัมพูชาส่วนหนึ่งได้อพยพล่องเรือเดินทางมาล้าคลองน้ำเขียว มาตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณริมคลอง(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.: 4) ชาวสยามให้การต้อนรับด้วยมิตรไมตรี ชาวมุสลิมผู้มาใหม่จึงได้อยู่กันฉันท์มิตรร่วมกับชาวไทยพุทธและชาวจีนอย่างผาสุกร่วมกันจนถึงปัจจุบัน การให้การต้อนรับดุจญาติมิตรยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอก และการผสมผสานกันทางวัฒนธรรมทั้งไทยพุทธ ชาวมุสลิมและชาวจีน โดยชาวมุสลิมยังคงรักษาประเพณีของตนไว้อย่างเหนียวแน่นมีการดำเนินชีวิตโดยทั่วไปผสมผสานกลมกลืนกันกับชาวไทยแบบดั้งเดิมไม่มีความขัดแย้งทางศาสนา มีแต่ความสมัครสมานสามัคคีกลมเกลียวถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน (ชัยณรงค์ ศรีพงษ์, 2555: 107) ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันว่า ชุมชนบ้านน้ำเขียวเป็นชุมชน 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรมและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขดุจญาติมิตรจนถึงปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.: 4)

ชุมชนบ้านน้ำเขียวส่วนใหญ่อยู่บริเวณปากคลองน้ำเขียวซึ่งใกล้กับทะเล มีป่าชายเลนมาก ภูมิอากาศแบบร้อนชื้น อาชีพของคนน้ำเขียวคือประมง ทำนา ทำสวนยางพารา สวนผลไม้และค้าขาย ปัจจุบันชุมชนบ้านน้ำเขียวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดตราดเป็นจุดหมายปลายทางของ ผู้มาเยือนในลักษณะการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชุมชนและการสัมผัสธรรมชาติของป่าชายเลน นักท่องเที่ยวแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเจ้าบ้านผ่านกิจกรรมต่างๆ และมีแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทาง ประวัติศาสตร์และธรรมชาติที่หลากหลาย อาทิ “มัสยิดอัลกุบรอ” มีอายุกว่าสองร้อยปี ถือว่าเป็น มัสยิดแห่งแรกของภาคตะวันออก ตั้งอยู่ริม คลองน้ำเขียว (ปัจจุบันอยู่ระหว่างการปรับปรุง) วัดน้ำ เขียว หรือ “วัดอินทาราม” เป็นวัดที่รัชกาลที่ 5 เคยเสด็จมาประทับ 1 คืน ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ ระบบนิเวศป่าชายเลน เป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งศึกษาวิจัยและส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการ อนุรักษ์ ป่าชายเลน เพื่อให้พื้นที่ป่าชายเลนมีสภาพที่อุดมสมบูรณ์ กิจกรรมท่องเที่ยว เดินข้ามสะพานวัดใจ ข้ามคลองน้ำเขียวมีความสูงเท่ากับตึกสองชั้นชมพระอาทิตย์ขึ้น-ตกและชมทัศนียภาพจากมุมสูง สัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตชาวประมง การงม-เก็บหอยปากเปิด เรียนรู้และลองทำงอบ โดยภูมิปัญญา พื้นบ้านด้วยใบจากที่แตกต่างจากที่อื่นเพราะใบจากที่นี่เป็นใบจากน้ำเค็มจะมีความเหนียว คงทน งอบ ที่มีหลายแบบซึ่งก็จะเหมาะกับแต่ละอาชีพ เช่นงอบทรงกระดองเต่าหรือทรงสี่เหลี่ยม ที่มีลักษณะ ส่วนเว้าด้านหน้า เวลาฝนตกน้ำฝนจะไหลลงปลายเหลี่ยมท้องหน้า ที่มีส่วนเว้าด้านหน้าเพื่อจะได้ มองเห็นท้องฟ้าและตรงหน้าได้ชัด ทรงกะโหลกหรือทรงหมวกทหาร เหมาะกับชาวประมงออกทะเล ทรงนี้ไม่มีปีกกว้างที่ด้านหลัง แต่จะมีปีกเล็กๆปีกเล็กๆค้ำหน้ากันแดดและถ้ามีน้ำเข้าเรือก็ใช้เป็น ภาชนะวิดน้ำออกไปได้อีกและมีทรงยอดแหลม หรือทรงกะทะคว่ำ และทรงนเรศวรหรือที่เปลี่ยนชื่อ มาเป็นทรงสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้า กัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ครั้งที่เสด็จมาเยือนบ้านน้ำเขียวที่งานกาชาด โดยงอบ สองทรงหลังเหมาะกับชาวสวนเพราะ ช่วยกันแดด กันลม กันกิ่งไม้ ปัจจุบันก็มีงอบอีกหลากหลายรูปแบบใหม่ๆ เช่นรูปดาว งอบที่บ้านน้ำ เขียวถ้าเอาไว้คลุมหัวอย่างเดียว จะมีอายุการใช้งานประมาณ 5 ปี มีกิจกรรมเรียนรู้อื่นๆเช่นการทำ ตั้งเมกรอบที่เป็นขนมที่มีรูปร่างคล้ายแตงโมซึ่งเป็นภูมิปัญญาและเอกลักษณ์โดดเด่นของบ้านน้ำเขียว เป็นต้น

### การวิเคราะห์การท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ตามแนวคิดของทัลคอต พาร์สันส์

ทัลคอต พาร์สันส์ อธิบายโดยสรุปได้ว่าการศึกษาระบบสังคม เป็นการกระทำของ 5 ส่วน (Parsons and Smelser, 1984: 19) ประกอบด้วย (1) actor (2) situation (3) goals (4) means และ (5) actor's orientation รวมถึงการอธิบายข้อจำเป็นเชิงหน้าที่ ประกอบด้วย (1) การปรับตัว (A: Adaptation) (2) การบรรลุเป้าหมาย (G: Goal Attainment) (3) บูรณาการ (I: Integration) (4) การรักษาระบบ (L: Latency) หรือเรียกว่า “GAIL” โดยอธิบายได้ดังนี้

การดำเนินการการท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวอธิบายได้ว่า ผู้กระทำการ (actor) คือกลุ่ม ท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว โดยเริ่มจากทั้งที่เป็นกลุ่มที่เกิดจากแนวคิดแรกเริ่มจากอดีตนายกเทศบาล ตำบลน้ำเขียว คือ คุณศักดิ์ชัย เอี่ยมบุญฤทธิ์ และได้รับการสานต่อแนวคิดโดยการปรับตัวในรูปแบบ



ของการทำงานด้านการท่องเที่ยวที่จัดให้มีกลุ่มที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบชัดเจนจนถึงในปัจจุบัน ภายใต้การนำของ คุณสุรตนา ภูมิมาโนช

ผู้นำแนวคิดดำเนินการท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวแรกเริ่มมาจากผู้นำท้องถิ่นก่อน โดยมีแนวคิดที่จะให้บ้านน้ำเขียวเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวก่อนที่จะไปเกาะช้าง โดยมุ่งเน้นให้เป็นท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน ขายความเป็นชุมชนของบ้านน้ำเขียวแล้วการท่องเที่ยวเป็นกลไกให้เกิดการอนุรักษ์ ฟื้นฟูทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ไปด้วยในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของชุมชน ในการเป็นชุมชน 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม

แนวคิดที่จะดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่บ้านน้ำเขียวโดยขายความเป็นวิถีชุมชนแบบดั้งเดิมที่บ้านน้ำเขียวเริ่มแรกยังไม่ได้รับการตอบรับจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร แต่ผู้ริเริ่มแนวคิดดังกล่าวก็พยายามสานต่อจนทำให้แนวคิดนั้นเป็นจริงหลังจากที่ได้เข้ามาเป็นผู้บริหารเทศบาลพอการทำงานด้านการท่องเที่ยวของบ้านน้ำเขียวเริ่มชัดเจนในระดับหนึ่ง ก็ได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนและเริ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก โดยผู้ริเริ่มแนวคิดด้านการท่องเที่ยวที่บ้านน้ำเขียว ได้อธิบายว่า “เริ่มแรกจะก่อนพ.ศ. 2547 ตอนนั้นก็เคยเสนอไปที่ผู้บริหารเทศบาลที่เค้ามักมีความรับผิดชอบในตำบลน้ำเขียวก็เห็นว่า ตำบลน้ำเขียวมีพื้นที่ที่ควรอนุรักษ์ หวนแหวนไว้หลายจุดโดยเฉพาะพื้นที่ ที่เป็นเกี่ยวกับป่าชายเลนเราก็พยายามผลักดันตรงนั้นแต่ที่นั่นมันยังไม่มีเสียงหรือมีพาวเวอร์อะไรมาก หลังจากที่น่าเสนอไปก็ยังไม่ค่อยได้รับการตอบรับอาจจะเป็นการปกครองหรือการดูแลเค้าก็จะดูแลแบบพื้นที่ก็เหมือนเราไปเห็นที่อื่นก็จะดูแลเฉพาะโครงการพื้นฐานชาวบ้าน พอมีโอกาสได้เข้ามาเป็นนายกเทศบาลตำบลน้ำเขียวพ.ศ. 2547 สิ่งแรกที่ทำคือทำของพวกนี้ที่เราเคยไปเสนอเค้า พยายามผลักดันแล้วเค้าไม่รับ แล้วก็จำคำพูดได้อยู่คนหนึ่ง คือเค้าเป็นคนมีความรู้ เค้าก็บอกว่า นายกที่ไปเปิดบูธ ที่ไปนำเสนอ บ้านน้ำเขียวมันมีอะไรให้นายกเอาไปขายเราก็บอกว่า มันก็มีอย่างที่เราเห็น ขายเท่าที่เห็น ขายประเพณี วัฒนธรรม ขายชุมชน วิถีชีวิต ขายในส่วนของป่าชายเลน ป่าบองอะไรพวกนี้ เราก็ขายธรรมชาติ วิถีชีวิตธรรมดา แต่ว่าขายธรรมดามันกลับทำแล้วก็ได้การตอบรับอย่างดี โดยเฉพาะการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างป่าชายเลนที่เราเห็นต้องยอมรับว่าทำเองมากกว่าหน่วยงานเข้ามาช่วยเยอะ กลายเป็นว่าคนในชุมชนอย่างที่เราเห็นกับผู้นำชุมชนในท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เทศบาลก็ช่วยกัน แต่ก็ไม่ได้ไปตีตึงเค้า หน่วยงานที่เกี่ยวกับท่องเที่ยวที่สนับสนุนเกี่ยวกับท่องเที่ยวในปัจจุบันเค้าก็ยังไม่เข้ามาช่วย เราลุยกันเองเลย เพราะว่าจำคำอยู่และก็นึกอยู่เสมอว่า ถ้าเราไม่ทำด้วยตัวเอง เราหวังพึ่งเค้า มันไม่เกิด คือต้องทำเองให้ได้ก่อน ทำเองให้ได้ก่อนแล้วพอมันสำเร็จ คือไม่ต้องสำเร็จหรอกแต่มันพอเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมาแล้วมันชวนให้เค้าเข้ามาช่วย เค้าถึงจะเข้ามา มันเป็นอย่างนี้ทุกที่เลยตอนนั้นที่ทำเรื่องท่องเที่ยวของชุมชนเป็นหลักคือทำทุกเรื่องด้วยนะ ไม่ว่าจะ เป็นวัฒนธรรม ธรรมชาติ แต่พอจะขายเราจับจุดได้ว่ามันมีการท่องเที่ยวที่เกาะช้าง มันดีใจത്യ่แต่ตรงที่ว่าเรามองเห็นเกาะช้าง จากบ้านน้ำเขียว คนก็ถามว่า นักท่องเที่ยวที่ไปเกาะช้างทำยังไงจะแวะบ้านเรามันแค่นี้เอง โจทย์ คือ ทำยังไงให้เค้าสนใจประทับใจ อยากแวะเท่านั้นเอง แต่มันโชคดีคือว่าเราได้เป็นนายกเทศบาลมันก็เลยง่ายขึ้น ไปได้ต่อจากที่เราเคยคิดไว้ คือโชคดีอย่าง การท่องเที่ยวคนต่างพื้นที่จะมา อาจจะเป็นคนอีสานชอบทะเล คนเหนือชอบทะเลเราจะรู้ เราก็มองไปชวนเค้า ไปบ้านโน้น อดต.นี้ ไปประชุมที่ไหนเราก็ประชาสัมพันธ์บ้านเราด้วย มนุษย์สัมพันธ์ดี บางทีก็ไปส่วนตัวก็ไปแจกแผ่นพับที่ทำกันเอง จำได้ ปีแรกก็มาเกือบๆร้อยชุด

ที่เกี่ยวกับท้องถิ่นนะ มาเค้ก็มาค่าง บางครั้งก็ไม่ค่าง แต่ส่วนใหญ่เค้จะช่วยค่าง ชาวบ้านจะได้มีค่าเรือ ค่าอะไร คือเค้มีรายได้เสริมด้วย ได้ฝึกชาวบ้านด้วย อย่างเราก้ทำมาเรื่อยๆ คนก็มามองทำไมน้ำเขียวคนมาเยอะ หน่วยงานก็เริ่มสนใจ มาส่งเสริม มาให้ความรู้ชาวบ้าน มาสนับสนุนส่งเสริมตรงไหนที่เราขาดเค้ก็มาช่วยมันก็เป็นสิ่งที่ว่าได้รับการต่อยอดนะ อันนี้ก็เป็นที่มาว่าทำไมน้ำเขียวถึงเป็นที่รู้จักได้รวดเร็ว และก็คิดว่าการพูดปากต่อปากด้วย (ศักดิ์ชัย เอี่ยมณรงค์ฤทธิ์ สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2558)

ณ สถานการณ์เริ่มแรก (situation) ที่ทำเรื่องการท่องเที่ยว มีผลมาจากที่บ้านน้ำเขียวในอดีตคนในพื้นที่ประสบปัญหาจากรายได้หลักน้ำมันราคาแพง เรือประมงไม่สามารถออกเรือได้เพราะไม่คุ้มอาชีพหลักวิถีประมงก็เริ่มขาดรายได้ ผู้ริเริ่มตั้งที่กล่าวในตอนต้นจึงมีแนวคิดที่จะทำให้บ้านน้ำเขียวเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวก่อนที่จะไปเกาะช้าง และขณะนั้นป่าชายเลนที่บ้านน้ำเขียวก็เริ่มเสื่อมโทรมเป็นผลมาจากการที่ก่อนหน้านี้รัฐเปิดสัมปทาน โดยการทำกรท่องเที่ยวที่บ้านน้ำเขียวก็เพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมและให้การท่องเที่ยวไปไกลไกลในการอนุรักษ์ฟื้นฟูป่าชายเลนในพื้นที่ โดยมีเป้าหมาย (goals) คือทำการท่องเที่ยวเพื่อนำมาเสริมรายได้ให้กับชุมชนโดยมุ่งที่จะอนุรักษ์ฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอันดับแรกด้วยโดยใช้กรท่องเที่ยวฟื้นฟูป่าชายเลนไปในตัว ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ที่ผ่านมามันมีปัญหาเพราะคนไม่ค่อยทำประมง มีผลกระทบมาจากค่าน้ำมันแพง ฟองสบู่แตก สินค้าขายไม่ดี คนก็เลยขายเรือใหญ่ๆหมด ตอนนีเรือใหญ่ของเดิมแทบไม่มีเลย ที่มีที่เห็นขึ้นมาใหม่คือเรืออีกรุ่นหนึ่ง เรือรุ่นก่อนๆหมดไปแล้ว ทีนี้จะทำยังไง เมื่อไม่มีรายได้หลักก็หารายได้เสริมเข้ามาช่วย จะทำไงละบ้านเรามี บ้านอื่นเค้ก็มี อดีตท่านนายกเทศบาลนายก ท่านก็เลยคิดว่าเราเป็นชุมชน 2 ศาสนาที่อยู่ร่วมกันอย่างไม่มีปัญหา ก็เลยจะขายวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ก็เลยเปิดบ้านให้เป็นแหล่งศึกษาดูงาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้คนเข้ามาศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของเรา ก็เลยทำเรื่องนี้ ก็เริ่มมีคนเข้ามาเรื่อยๆ เมื่อก่อนเรามีป่าแต่ป่าเราก้ยังไม่ค่อยดีเพราะว่าแต่ก่อนเค้ให้สัมปทานป่า ป่ามันก็เสื่อมโทรม อย่างแรกก็เริ่มจากการปลูกป่า อนุรักษ์ป่า ฟื้นฟูป่าขึ้นมา ก่อน ทีแรกก็เอาชุมชน ชุมชนปลูกป่าแล้วก็เปิดบ้านให้คนรู้จัก ท่านนายกก็เริ่มแนวคิดแบบเราจะเอาเรื่องอนุรักษ์กับการท่องเที่ยวให้ไปด้วยกัน พอเสร็จแล้วก็มีหน่วยงานต่างๆทำเป็น แรลลี่เยอะๆมาปลูกป่า ป่าเราก้ดีขึ้น ท่านนายกก็เลยทำศูนย์เรียนรู้ในป่าชายเลน เค้เป็นคนแรก เมื่อก่อนที่บ้านน้ำเขียวจะไม่มีเป็นอย่างนี้จะเดินกันบนทางบน เส้นทางเดินเท้าสะพานเดินเท้าเลียบบคลองแบบนี้ยังไม่มี คือไม่มีที่เป็นทางเดินเลยคือเป็นคลองมีแค่บ้านริมคลอง ทางที่เป็นคลองใช้เรืออย่างเดียว ถ้าทางเดินเท้าเราจะไปทางดินเขาเดินลุยเลนกัน ท่านนายกก็เริ่มคิดถ้าทำเรื่องท่องเที่ยวสถานที่มันต้องพร้อม มันจะต้องรองรับให้คนมาเดินดูเราได้สะดวก ก็เลยคิดทำสะพานเลียบบคลองและอีกประเด็นหนึ่งคือป้องกันการรุกรานของคนเข้าไปในลำคลองอีก ทุกคนที่จะปลูกบ้านใหม่ก็จะอยู่แค่ทางเดินสะพานเลียบบคลอง จะรุกรานออกไปไม่ได้ ก็เลยทำสะพานเลียบบคลองเข้าไปชมป่าชายเลน มีหอดูนก เมื่อก่อนพอมมาถึงป่าบ้านน้ำเขียว คนก็จะเตรียมกล่องส่องนก มีศาลา ศาลาริมน้ำที่ทำการรับคณะนักท่องเที่ยวทุกวันนีสมัยก่อนมันเป็นที่ย่านหนังสือพิมพ์หมู่บ้าน แล้วพอเราทำเรื่องท่องเที่ยวขึ้นมาท่านอดีตนายกก็เลยอนุญาตให้เราใช้พื้นที่ศาลาริมน้ำเป็นจุดศูนย์กลางรองรับนักท่องเที่ยวเพราะเราไม่มีพื้นที่กันท่านก็อนุญาต” (สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2558)

วิธีการ (means) ระยะเริ่มแรกของการท่องเที่ยว คือการทำให้ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมในความเป็นชุมชน 2 ศาสนา ต้อนรับคณะศึกษาดูงาน และให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ที่จะช่วยกันฟื้นฟูรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ช่วยกันดูแลคลองให้สะอาด ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 อธิบายว่า ปีพ.ศ. 2549 มีการจัดตั้งกลุ่มดูแลสิ่งแวดล้อมในชื่อ “กลุ่มค.คนต้นน้ำ” มีเด็กและผู้ใหญ่ช่วยกันเก็บขยะโดยทำงานกันเป็นทีม “ทำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการรักษาทรัพยากรด้วยการที่พานักท่องเที่ยวไปปลูกป่า เพราะนอกจากที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ช่วยกันปลูกป่าทำให้ป่าเพิ่มขึ้นแล้ว คนในชุมชนเห็นว่าพอนักท่องเที่ยวเข้ามา บ้านเราเป็นเมืองท่องเที่ยวก็จะช่วยกันเก็บขยะทำให้ชุมชนสะอาดขึ้นด้วย มันก็จุดประกายจากสิ่งแวดล้อมด้วยแต่ก่อนหน้าก็เป็นทางผ่านที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่เข้ามาถ่ายรูปอยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558)

หลังจากอดีตนายกเทศบาล ผู้ริเริ่มแนวคิดดังกล่าวได้นำสมาชิกตัวแทนชุมชนไปศึกษาดูงานโฮมสเตย์ที่ญี่ปุ่นก็นำแนวคิดมาทำโฮมสเตย์ที่บ้านน้ำเชี่ยว แต่ระยะแรกยังไม่ค่อยเป็นระบบ คือเรียนรู้แบบทดลองปฏิบัติจริง ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 อธิบายว่า ตอนนั้นเราประชาสัมพันธ์ว่า บ้านเราเป็นชุมชน 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรมที่อยู่แล้วสงบสุข ภาคใต้ก็สนใจมาศึกษาดูงานที่นี้เพราะที่ได้เค้ามีปัญหา อบต.ที่ปัตตานีก็มาดูงาน ก็เริ่มมีมาดูงานเรื่อยๆน้ำเชี่ยวก็ได้รับรางวัลจากพัฒนาชุมชนปี 2549 เป็นหมู่บ้าน OTOP ดีเด่นของกรมพัฒนาชุมชน เราได้ไปดูงานที่ประเทศญี่ปุ่น แล้วก็กลับมาทำ โฮมสเตย์ที่บ้านน้ำเชี่ยว คือมันก็ยังไม่เป็นแบบมาตรฐานมากนัก ตอนนั้นคือสมมติบ้านนั้นนอนได้ 5 คน เทศบาลก็ซื้อที่นอนให้ห้าลูกแบบปิกนิก บ้านนั้นนอนได้ 7 คน ก็ซื้อที่นอนให้ 7 ลูก ตอนนั้นก็มีคนมาทำประมาณสัก 10 หลังได้ เป็นแบบไปศึกษาดูงานแล้วก็มาทดลองทำกันเลย” (สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2558)

กล่าวได้ว่าการปรับตัว (A: Adaptation) ของบ้านน้ำเชี่ยวคือเนื่องด้วยเมื่อครั้งอดีตบ้านน้ำเชี่ยวก่อนที่จะมีแนวคิดเริ่มทำการท่องเที่ยว (ก่อนพ.ศ.2547) คนในพื้นที่บ้านน้ำเชี่ยวประสบปัญหาจากรายได้หลัก ปัญหาเพราะคนไม่ค่อยทำประมง มีผลกระทบมาจากค่าน้ำมันแพง ฟองสบู่แตก สินค้าขายไม่ดี คนก็เลยขายเรือใหญ่ๆหมด เมื่อไม่มีรายได้หลักก็หารายได้เสริมเข้ามาช่วย ประกอบกับป่าชายเลนในพื้นที่ก็เริ่มเสื่อมโทรมลงเพราะมีปัญหาจากการที่รัฐมนตรีมอบหมายให้สัมปทานกับนายทุนตัดไม้โกงกางไปทำ โดยมีเป้าหมาย (goals) คือ ผู้นำมีแนวคิดและมุมมองที่จะทำการท่องเที่ยว เพื่อนำมาเสริมรายได้ให้กับชุมชนโดยมุ่งที่จะอนุรักษ์ฟื้นฟูป่าชายเลนเป็นอันดับแรกไปพร้อมกันโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือฟื้นฟูป่าชายเลนไปในตัว ถือว่าเป็นการที่ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีการปรับตัวโดยหันไปทำการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรายได้เสริมให้กับคนในพื้นที่ที่ประสบปัญหาเศรษฐกิจจากอาชีพหลักที่มีรายได้ไม่ดีในช่วงนั้น อีกทั้งใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการดูแลทรัพยากรป่าไม้ให้กลับมาสมบูรณ์อีกครั้งโดยมีกุศโลบายว่าเมื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวคนในพื้นที่ก็จะช่วยกันดูแลแม่น้ำลำคลองให้สะอาดไปในตัวด้วย ซึ่งถือว่าการปรับตัวของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวให้เข้ากับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป โดยมีวิธีการ (means) คือ มีการจัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์ที่รองรับการท่องเที่ยวและกลุ่มอนุรักษ์ลำคลองน้ำเชี่ยวที่ใช้ชื่อว่า กลุ่มค.คนต้นน้ำ โดยเริ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆให้พัฒนาการเรียนรู้ของบุคลากรในพื้นที่โดยการให้ไปอบรม ไปศึกษาดูงาน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศแล้วนำเอาข้อมูล ความรู้ที่ได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันกับคนในพื้นที่ นอกจากนี้มีการ

ปรับตัวเชิงพื้นที่โดยเทศบาลกันราวเหล็กริมคลองตลอดทางเดินเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีการใช้ศาลาริมน้ำที่อ่านหนังสือชุมชนปรับให้มาเป็นพื้นที่รองรับคณะนักท่องเที่ยว

เมื่อเทศบาลที่เคยดูแลท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยวลดบทบาทลง ก็เกิดการปรับตัว (Adaptation) อีกครั้ง แต่เป็นการปรับตัวในรูปแบบของกลุ่มท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว โดยมีการเริ่มรวมตัวกันขึ้นอย่าง ชัดเจน พ.ศ.2551 นำโดยคุณสุรตนา ภูมิมาโนช และเริ่มแนวความคิดการส่งเสริมให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมทำ กิจกรรมร่วมกันทำให้คนในพื้นที่ตระหนักในความเป็นเจ้าของชุมชน ช่วยกันสืบทอดความเป็นวิถีเดิม ของบ้านน้ำเชี่ยวและช่วยกันรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

พ.ศ. 2553 หน่วยงานภายนอกสนับสนุนโดยท่องเที่ยวตราดาผู้นำผู้มีความรู้และหน่วยงานต่างๆ เข้ามาอบรมให้และก่อตั้งเป็นกลุ่มที่ชัดเจนขึ้น เริ่มพัฒนาการทำงานกลุ่มโดยรวมกลุ่มต่างๆเข้าด้วยกัน เพื่อให้การขับเคลื่อนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยวให้เป็นระบบมากขึ้น พ.ศ. 2556 การท่องเที่ยวบ้านน้ำ เชี่ยวเริ่มเป็นระบบมากขึ้นกลุ่มท่องเที่ยวที่นำโดยคุณสุรตนา ภูมิมาโนช ดำเนินการโดยมีการรวมกลุ่ม ต่างๆมีการบูรณาการส่วนต่างๆให้ทำงานเข้ากันอย่างเป็นระบบมีรูปแบบการทำงานที่ชัดเจน (I: Integration) ใช้ชื่อว่า “กลุ่มท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว” มีกฎระเบียบที่เคร่งครัด ทั้งในส่วนของกลุ่มและ กฎที่นักท่องเที่ยวพึงปฏิบัติ การทำงานมีความเป็นทีมมากขึ้น มีการจัดประชุมทุกวันที่ 3 ของเดือนมี ฝ่าย 6 ฝ่ายประกอบด้วย โฮมสเตย์ กลุ่มเรือ (เรือเล็ก) อาหาร นักสื่อความหมาย/มัคคุเทศก์ ผู้สูงอายุ ที่เฝ้าขอบและกลุ่มของฝากของที่ระลึก ภายในแต่ละฝ่ายก็จะมีหัวหน้าย่อยๆ ทุกฝ่ายมีรายได้เป็นของ ตนเอง 90 เปอร์เซ็นต์ อีก 10 เปอร์เซ็นต์จะแบ่งเข้ากลุ่ม เพื่อนำมาใช้จ่ายสำหรับสิ่งที่จำเป็น บำรุงรักษา ซ่อมแซมอุปกรณ์ต่างๆแลงานสาธารณะประโยชน์ของชุมชน ทุกคนมีส่วนร่วมช่วยในการ ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า จุดแข็งของชุมชนคือความเข้มแข็ง ของชุมชนที่ทุกคนช่วยกันทำงาน การมีส่วนร่วมของทุกคน พื้นฐานคนในชุมชนเป็นคนใจดีกันอยู่แล้ว ยิ้มแย้มแจ่มใสทักทาย พูดคุย ขวนคุย ความกลมกลืนของคนในชุมชนที่มีสองศาสนาสามวัฒนธรรม คือ เรามองข้ามความแตกต่างไป” (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558)

หัวใจหลักของการจัดการท่องเที่ยวของบ้านน้ำเชี่ยว คือ การใช้ระบบคิวในส่วนของโฮมสเตย์ และเรือเล็ก ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 อธิบายว่า กลุ่มโฮมสเตย์ที่ดูแลบ้านพักที่นี่จะหมุนกันเป็นคิวเป็น มาตรฐานเดียวกัน แต่อย่างท่องเที่ยวบางที่ที่มันรุ่งแล้วรุ่งมันก็เกิดจากพอแขกเข้ามาเยอะๆก็อยากได้ ไร่เองอะไรแบบนี้ โดยที่กลุ่มเรตกลองกันไว้ก่อนแล้วว่าใครจะมาพักที่บ้านน้ำเชี่ยวนี้ต้องติดต่อกันที่ ส่วนกลาง เราก็จะติดต่อให้พักกับสมาชิกกลุ่มตามคิว แต่ถ้ามีคิวและเป็นมาตรฐานเดียวกันคือไม่มีแอร์ หรือถ้ามีแอร์ก็ห้ามเปิดให้เหมือนกัน ทุกคนก็จะได้คือเวียนๆไปเรื่อยๆ เรือเล็กเราก็ใช้ระบบคิว คือ ตามคิว ความเป็นชุมชนไม่ต้องเปลี่ยนแต่จะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการองค์ความรู้ในการจัดการ องค์ความรู้ในการพัฒนาบุคลากร คือกลุ่มที่ทำงานก็มีการปรับตัว มีการวางกฎระเบียบ การดูแลกัน เป็นคิว มีการจัดสรรต่างๆที่เราบอกไว้กำหนดไว้ล่วงหน้าแล้ว การทำงานแบบนี้มันทำให้ไม่มีปัญหา คือถ้าไม่วางแผนไว้แต่แรก มันจะทำให้มีปัญหาและพอมมีปัญหาคนในชุมชนจะแตกแยก (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558)

การที่บ้านน้ำเชี่ยวจะทำภารกิจเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (G: Goal Attainment) คือให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม เรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นชุมชน วิถีชีวิตและสามารถลงมือ ทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าบ้าน ได้ศึกษาท่องเที่ยวเรียนรู้และปลูกป่าชายเลน เรียนรู้วิถีชีวิตแบบธรรมชาติ

ของคน 2 ศาสนา คือไทยพุทธ และมุสลิมที่อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข การท่องเที่ยวของบ้านน้ำเชี่ยว เป็นรายได้เสริมให้กับชุมชนและให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ฟื้นฟูป่าชายเลน ฟื้นฟูความสะอาดของลำคลองและยังคงรักษาความเป็นดั้งเดิมของชุมชนไว้ให้อยู่ต่อไป สิ่งสำคัญคือการเรียนรู้โดยอาศัยการฝึกอบรมองค์ความรู้ต่างๆ ในขณะเดียวกันชุมชนก็ต้องมีความเป็นตัวของตัวเอง รักษาความเป็นชุมชนของตนเอง ต้องรู้จักนำเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ที่โดดเด่นมาให้เป็นที่ยอมรับ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 อธิบายว่า “ชุมชนต้องรักษาความเป็นตัวของตัวเอง ค้นหาเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ความโดดเด่นของตนเอง ร่วมกันวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของชุมชนตนเอง เข้าใจในประวัติความเป็นมา เข้าใจในวิถีของตนเองจริงๆ คือ ต้องทำให้ทุกคนมีความเข้าใจที่ตรงกัน เข้าใจไปในแนวเดียวกันในความเป็นตัวตนของชุมชนตัวเองก่อน ทุกคนต้องมีส่วนร่วมกันคิด ร่วมกันค้นหาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เข้าใจในแนวเดียวกันก่อน คือ บางคนพอไปนู่นไปนี่ก็อยากเป็นนู่นอยากเป็นนี่ อย่างบางที่ผ่านไปแถวระยองเลยอะไรเลยฟาร์มแกะเพราะอยากเป็นหัวหิน เค้าเป็นระยองแต่เค้าอยากเป็นหัวหินอะไรอย่างนี้ มันก็ต้องกลับมา ต้องกลับมาทำให้เค้าอยากเป็นตัวเอง ความเป็นชุมชนไม่ต้องเปลี่ยน แต่จะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการองค์ความรู้ในการจัดการ องค์ความรู้ในการพัฒนาบุคลากร คือกลุ่มที่ทำงานก็มีการปรับตัว มีการวางกฎระเบียบ การดูแลกันเป็นคิว มีการจัดสรรต่างๆที่เราบอกไว้ กำหนดไว้ล่วงหน้าแล้ว การทำงานแบบนี้มันทำให้ไม่มีปัญหา คือถ้าไม่วางแผนไว้แต่แรก มันจะทำให้มีปัญหาและพอมีปัญหาคนในชุมชนจะแตกแยก การท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว คือคนในพื้นที่ที่ต้องเข้มแข็งด้วย คือเราทำความเข้าใจในกลุ่มก่อน เราต้องช่วยกันสร้างให้ชุมชนเราเข้มแข็งให้ได้ (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558) ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3 อธิบายเพิ่มเติมในเรื่องนำเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ที่โดดเด่นมาให้เป็นที่ยอมรับว่า “ยกตัวอย่างข้าวเกรียบยาคูหน้ามีมานานแล้วและหายไปเกือบยี่สิบปี ข้าวเกรียบยาคูหน้าไม่ได้เกิดขึ้นจากกลุ่มท่องเที่ยวแต่พอมีการท่องเที่ยวก็ช่วยให้ข้าวเกรียบยาคูหน้ากลับฟื้นขึ้นมา กลุ่มท่องเที่ยวเรานำขึ้นมาให้เป็นที่ยอมรับ” (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558)

ทั้งนี้ในส่วนของการสืบทอดความเป็นวิถีดั้งเดิมเพื่อรักษาแบบแผน (Latency) แบบบ้านน้ำเชี่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 อธิบายว่า “ถ้าจะให้บ้านน้ำเชี่ยวยังคงเป็นแบบนี้ต่อไปก็ต้องเริ่มที่คน ต้องมีคนมาสืบทอดต่อ มีคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมให้เค้าเห็นด้วยตัวเค้าเองด้วยว่ามันดี ตัวเค้าก็ได้ด้วย เค้าก็อยากเข้ามาร่วม ในชุมชนก็จะมีสร้างคนรุ่นต่อรุ่นก็อย่างเด็กที่เป็นมัคคุเทศก์เป็นนักร้อง ความหมาย ในเรื่องสิ่งแวดล้อมชุมชนเราก็ช่วยกันดูแลอยู่แล้วและก็ใช้นักท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยอยู่แล้ว เช่น มีกิจกรรมปลูกป่าชายเลนอย่างนี้ จุดเด่นของบ้านน้ำเชี่ยวที่นี้ก็เป็นในเรื่องของธรรมชาติ อากาศบริสุทธิ์ แล้วก็อย่างการบริหารจัดการที่เป็นระบบของชุมชน” (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558)

ผู้สืบทอดรุ่นใหม่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ตอนที่เข้ามาทำงานประมาณอายุ 9 ขวบ ตอนนี้อายุ 18 ปี คือจะมีรุ่นพี่สานต่อมา เราก็รับช่วงต่อมา ก่อนที่เราจะมาตั้งเป็นกลุ่มมัคคุเทศก์หรือที่เรียกว่านักร้องความหมาย เราเป็นกลุ่ม ค.คนต้นน้ำอนุรักษ์ป่าชายเลนช่วยกันตักเก็บขยะในคลอง เป็นเด็กอนุรักษ์และก็เป็นมัคคุเทศก์นักร้องความหมายด้วย ในกลุ่มก็จะมีเด็กๆและผู้ใหญ่ด้วย ในทุกวันเสาร์ อาทิตย์ จะช่วยกันออกเก็บขยะในลำคลอง การอยู่ในกลุ่มนี้เราไม่ได้เรียกเค้ามา เราจะเอาตามความสมัครใจ คือ สมัครใจมา ก็มาทำ จากแต่ก่อนที่เราเป็นเด็กชอบเที่ยวเตร่ ตอนนี้อาจหันกลับเข้ามาช่วยในชุมชนเรา คือ เรากลับมามองว่าตอนนี้ชุมชนเรามีชื่อเสียง ตอนนี้มีคนรู้จักเราเยอะในประเทศ ประเทศนอกก็รู้จักเรา ก็รู้สึกภาคภูมิใจในความเป็นบ้านน้ำเชี่ยว ตอนนี้น้องๆต่อไปที่จะมาทำ

มักคุเทศก์ก็เยอะ เตียวปีนี้เราก็จัดอบรมอีก เราก็ให้เป็นแบบตามความสมัครใจใครจะเข้ามา ตอนนั้นก็จะมีอบรมนักร้องความหมายรุ่นต่อไปและก็อยากให้โรงเรียนท้องถิ่น โรงเรียนน้ำเขียวสอนภาษาเขมรก็เพราะเราติดกับเขาคือเอาพอคร่าวพอให้รู้ว่าจะคุยอะไรยังไงให้เข้าใจกัน” (สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2558)”

ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อให้คนในพื้นที่ให้มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว โดยในช่วงแรกเทศบาลยุคอดีตนายกที่เป็นผู้ริเริ่มแนวคิดก็มีส่วนสนับสนุนงบประมาณในปีศึกษาอบรม ไปดูงานต่างๆ ส่งเสริมการเรียนรู้การทำโฮมสเตย์จากการให้คนในพื้นที่ได้ทดลองปฏิบัติจริงหลังจากที่ได้ไปศึกษาดูงานเกี่ยวกับเรื่องโฮมสเตย์ที่ประเทศญี่ปุ่น ในระยะต่อมาก็มีหน่วยงานอพท. (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) ที่ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงให้กับชุมชนในช่วงที่กลุ่มท่องเที่ยวอยู่ภายใต้การนำของคุณสุรตนา ภูมิมาโนช

นอกจากนี้ชุมชนบ้านน้ำเขียวยังได้รับการสนับสนุนส่งเสริมให้ไปอบรมศึกษาดูงานจากหน่วยงานภายนอก ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “กลุ่มท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวเราไม่ได้ทำงานอย่างเดียว เราต้องไปอบรม ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนอื่นที่อื่นๆพอถึงเวลาเมื่อมีอบรมอะไรก็จะไปเรียนรู้เพิ่มเติม เช่น การตลาด การดูแลความปลอดภัย เรื่องอื่นๆอะไรทุกอย่างเราต้องศึกษา ต้องเรียนรู้ทุกเรื่อง บางทีก็จะมีหน่วยงานมาเชิญเราไปอบรม มีการใช้องค์ความรู้ต่างๆมาบูรณาการเพื่อชุมชน อย่างสมมติหัวหน้าเค้าไปอบรมหรือไปดูงานก็จะมาบอกมาคุยกับสมาชิกกลุ่มว่าที่เราไปศึกษาดูงานเราได้อะไรมาบ้าง ข้อมูลความรู้ต่างๆที่ไปอบรมมาไปศึกษาดูงานมาจะมีการบันทึกทำเป็นรูปเล่ม หรือในเรื่ององค์ความรู้อาหารถิ่นอย่างเช่น การทำข้าวเกรียบยาหน้า ก็ทำบันทึกทำเป็นรูปเล่มว่าทำยังไง เตรียมอะไร มีวิธีการทำอะไรบ้าง คนรุ่นใหม่จะได้ศึกษาทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นอบ ข้าวเกรียบยาหน้า ตังเม ทุกอย่างจะมีหมด หรือรางวัลอะไรที่เราได้รับมาก็จะมีการจดบันทึกหมดไม่ว่าจะเป็นข้อมูล ภาพถ่าย ต่างๆ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกอย่างไว้ เพราะว่าคนรุ่นใหม่จะได้มาดูมาศึกษาต่อว่ามันเป็นแบบนี้ ประวัตความเป็นมาเป็นอย่างนี้” (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558)

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 อธิบายเสริมในเรื่องการเรียนรู้ว่า “การที่เราได้เรียนรู้องค์ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว จากอพท. หลังจากนั้นเราก็ส่งต่อความรู้กับคนอื่นได้ ทั้งถ่ายทอดความรู้กันเอง ในกลุ่มในชุมชนเค้าก็ได้ความรู้ตรงนี้และคนนอกกลุ่มเวลาเค้ามาดูงานเค้าก็ได้เสริมความรู้ตรงนี้ด้วย จะมีการบันทึกข้อมูลทำเป็นเล่มๆตอนนี้เราก็มีแต่ละเรื่องคือแต่ละเล่มเลย ตัวหนังสือจะมีลิสต์แต่ละเรื่องเลยไม่ว่าจะเป็นของฝากก็มีรายละเอียดเราใส่ทำข้อมูลไว้ตั้งแต่ปีที่ประกวดกินรี เราจะจัดเรียงไว้บนโต๊ะเวลามีนักท่องเที่ยวมาดูงานเราก็ไว้ให้เค้าดูให้เค้าศึกษาเค้ายิ้มไปอ่านยิ้มไปซีริ่อกได้” (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558)

ประธานกลุ่มอธิบายในเรื่องการส่งคนไปอบรม ว่า เวลาที่มีการให้ไปอบรม ไปสัมมนา ก็จะเวียนกันไป คือทุกคนก็มีโอกาสได้ไป คือจะดูที่เนื้อหา ความต่อเนื่อง ความเกี่ยวข้องขององค์ความรู้ นั้นๆก็จะนำมาพิจารณาอบหมายกันว่าจะให้ใครไปก็คือตามนั้น ถ้าคนที่มอบหมายให้ไปอบรมไม่สามารถไปได้จริงๆ ก็ต้องบอกกล่าวกันก่อนมีเหตุผลที่เหมาะสมก็จะหาคนไปแทน งบประมาณก็จะมีทางหน่วยงานเค้าให้มาด้วยและทางกลุ่มก็มีการสนับสนุนด้วย และนอกจากนี้ทางเรายังไปเป็นพี่เลี้ยงวิทยากรข้างนอกให้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่น เช่นที่เขาสมิง คือเราก็บอกเค้าว่า ถ้าถามว่าการที่เราทำกล้วยไม้กับกริดยาง เราจับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่ ตอบคือได้ คือเราต้องสร้างกิจกรรมและทำให้คนมา

เที่ยวเค้าได้เกิดการเรียนรู้ และทำโฮมสเตย์ให้เค้าพักกับเรา เช่น การที่จะให้เค้ามาพักกับเรา เราต้องมีกุศโลบาย เราบอกว่าการกรรดิยงต้องไปกรรดิยสาม คุณต้องนอนกับเราแล้วคุณจะได้ไปกรรดิยกับเรา แล้วก็บอกกล้วยไม้อย่าบอกสิว่ากลางวันตัดเราบอว่าเที่ยวตัดตอนเย็นๆ คือทำยังไงก็ได้มีวิธีให้เค้าพักกับเรา คือกล้วยไม้จะตัดตอนไหนก็ได้ แต่เราต้องอธิบายว่า จะให้ตัดตอนเย็นๆ กล้วยไม้จะมิดเพราะบรรยากาศด้วยอะไรอย่างนี้ เพราะฉะนั้นเค้าต้องอยู่กับเราถ้าเค้าจะเรียนวิธีการตัดกล้วยไม้เรียนอะไรเค้าต้องพักกับเรา เค้าถามว่าทำได้หรือ เราบอว่าทำได้ที่สอนวิธีตัดต้นไม้ วิธีกรรดิยงได้มันก็เป็นกรรดิยงเที่ยวให้เค้าเรียนรู้อย่างหนึ่ง มีกิจกรรมที่ทำร่วมกับเจ้าบ้านในวิถีแบบเจ้าบ้านก็เป็นกรรดิยงสร้างคุณค่า มูลค่าในกระบวนการ”” สุรตนา ภูมิมาโนช (สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2558)

นอกจากนี้ทางกลุ่มยังให้ความสำคัญในการนำความรู้ทางการตลาดที่ได้รับการอบรมจากอพท. (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) มาบูรณาการ (I: Integration) กับพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่บ้านน้ำเชี่ยว โดยประธานกลุ่ม อธิบายว่า “เรียนการตลาดมากจากอพท. การตลาดก็คืออะไรก็ได้ที่ ที่สุด ใหญ่ที่สุด ดีที่สุด มีหนึ่งเดียว มีเฉพาะที่นี่ เพราะถ้ามันมีเหมือนกับที่อื่นมันก็ทำการท่องเที่ยวไม่ได้ เพราะการท่องเที่ยวมันต้องคิดว่าเราไม่มีเหมือนที่อื่น แต่ถ้ามันเหมือน เราต้องบอกว่าเราแตกต่างเพราะอะไร เพราะถ้ามันเหมือนกันคุณก็ไปหาตรงไหนก็ได้ การท่องเที่ยวที่จะให้มาบ้านเรานั้นก็ไม่เกิด เพราะฉะนั้น เราจะต้องมีการตลาดมีวิธีการขาย คือจากนักท่องเที่ยวไม่รู้อะไรเลยจนรู้ การที่เราพูดบ่อยๆ ย้ำๆ ทำให้เค้ารู้สึกผ่านเข้าหู การขายต้องขายทีละอย่าง อย่าขายหลายๆอย่างรวมกันเกินไป เพราะทำให้เค้าจำอะไรไม่ได้เลย เพราะฉะนั้นเราต้องขายทีละอย่างจนเค้าจำเราได้ พอเค้าจำเราได้ เราต้องเปลี่ยนไปทีละอย่าง จนกระทั่งเค้าจำได้อีกเราก็ใส่ข้อมูลไปเรื่อยๆ อย่างบ้านน้ำเชี่ยว ขาย 4 ครั้ง ตอนแรกๆ บ้านน้ำเชี่ยว ขาย ชุมชน 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม จนกระทั่งคนเค้าก็โทรศัพท์มาตลอดว่าจะมาดูเรื่องนี้ เรื่องนี้ เรารู้แล้วว่าคนจำได้แล้ว ทีนี้ขายใหม่เลย ขายบ้านน้ำเชี่ยวมีหอยปากเปิด อร่อยและยาว กินหอยให้อะไรที่สุดต้องมาที่นี่ เพราะฉะนั้นที่ได้เค้าก็มีหอยปากเปิดเยอะแยะเลยแต่เค้าไม่เคยนำมาเป็นการขาย เพราะฉะนั้นบ้านน้ำเชี่ยวเราจะต้องเอาออกมาขาย จากตอนนั้นถึงตอนนี้กลายเป็นว่าใครจะมาถ่ายหอยปากเปิดต้องมาที่นี่ ทั้งที่ได้มันก็มี นี่คือการตลาด เท่ากับเราสร้างแบรนด์ตัวสินค้าให้กับชุมชนเป็นชุมชน 2 ศาสนา มีหอยปากเปิดที่ยาว แล้วต่อมาก็ขายความเป็นป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ของเราว่าติด 1 ใน 3 ของประเทศ ตอนนี้อะไรเรื่องวิถีชุมชนของมุสลิมจามที่มีขนมอร่อย ข้าวเกรียบยาหน้า ซึ่งมันเดินทางมาไกลจากประเทศกัมพูชา กัมปงจาม ตอนนั้นแผ่นละ 5 บาท ตอนนั้นไม่ขายแล้วขายแผ่นละ 10 บาท เพราะมันมี Story เล่าเรื่องราวอีก ตอนนี้อะไรจะกินข้าวเกรียบยาคูหน้าต้องมาหาทานที่กลุ่มอย่างเดียว แต่ก่อนมีขายตามทาง เดียวนี้ไม่มีขายแล้ว เค้าบอกอยากซื้อหากินไม่ได้ก็ต้องมาสั่งที่นี่ คือ ถ้ามีที่อื่นใครจะมากินที่เรานะ เพราะฉะนั้นเราเลยจดลิขสิทธิ์ อย่างอบคนเห็นจะรู้ว่าบ้านน้ำเชี่ยว มันทำยาก เค้ารู้หมดแล้วทั่วโลก แต่ขนมข้าวเกรียบยาคูหน้ามันไม่ได้ยากเกินจึงต้องจดลิขสิทธิ์ให้เป็นของบ้านน้ำเชี่ยวคือไม่ใช่ของกลุ่มอย่างเดียวแต่เป็นของบ้านน้ำเชี่ยว เพราะไม่อยากให้ที่อื่นเอาไปทำ ตอนนี้อะไรข้าวเกรียบยาคูหน้าได้รับรางวัลแล้วด้าน CREATIVE TOURISM ที่ไปญี่ปุ่นมา เพราะวัตถุดิบอะไรต่างๆที่ทำมันเป็นของในชุมชน อย่างยุทธศาสตร์ของบ้านน้ำเชี่ยว ที่มีอพท.เข้ามามีส่วนร่วม มี 4 ตัว คือ 1.การบริหารจัดการ ไปอบรมไปอะไรเรื่องการบริหารจัดการทำไปแล้ว 2.เรื่องการตลาดก็ทำแล้ว วิธีการทำแผ่นพับ ทำป้าย การประชาสัมพันธ์อะไรพวกนี้ 3.เรื่องการสร้างคนทุนมนุษย์ คือการ

อบรมสร้างคนใหม่ๆขึ้นมา เพื่อให้มีรุ่นสืบทอดต่อกันไป 4. เตรียมเรื่องการให้บริการ คือ การต้อนรับ การซื้อที่นอน ซื่อจานชาม ซื่ออุปกรณ์อะไรต่างๆ พวกนี้ ตอนที่ทางน้ำเชี่ยวอยากทำคือ ทำเว็บไซต์ของตนเอง เวลานั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติมาอะไรแบบนี้ แต่ตอนนี้ก็มีเฟสบุ๊คอะไร ใช้ไลน์ในกลุ่มอยู่แล้ว เป็นช่องทางหนึ่งที่อยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2558)

การที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ตรงเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีความเป็นดั้งเดิมร่วมกับเจ้าบ้าน ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 อธิบายให้ความเห็นว่า นักท่องเที่ยวควรจะได้มาพักค้างคืนโฮมสเตย์กับเจ้าบ้านเพราะนักท่องเที่ยวจะได้มีเวลาพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความรู้และได้สัมผัสวัฒนธรรมของเจ้าบ้านมากกว่า บ้านน้ำเชี่ยวก็มีสามแพ็คเกจแบบวันเดย์ทริป 1 วัน แบบ 2 วัน 1 คืน และอีกแบบ 2 คืน 3 วัน กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวลงมือทำเองก็มี เก็บหอย การปลูกป่าชายเลน การทำอบ หรือบางทีก็อาจจะมีการลงมือทำข้าวเกรียบยาคด้วย นักท่องเที่ยวจะได้เห็นว่ากว่าจะได้ข้าวเกรียบยาคหนึ่งชิ้นมันทำลำบาก ส่วนใหญ่ใครมาเที่ยวข้อมูลก่อนมา (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558)

ทั้งนี้จากการศึกษาในพื้นที่พบว่า ชุมชนที่มีพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรต้องให้ความสำคัญ น้ำเชี่ยวก็จะมาอีกนะ อยากให้นักท่องเที่ยวที่มาเรียนรู้ ศึกษากับการมีกิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ร่วมกับเจ้าบ้านในพื้นที่ก่อนที่จะจัดให้มีโฮมสเตย์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 อธิบายว่า ที่ไหนที่มีโฮมสเตย์ก่อนที่นั่นจะล่มสลาย แต่ถ้าที่ไหนมีกิจกรรมก่อน มีทอผ้า มีทอเสื่อ มีกิจกรรมไปดูนก ไปอะไรแล้วแต่ที่สะท้อนความเป็นตัวตนของแต่ละพื้นที่แล้วมีโฮมสเตย์เกิดมาทีหลังที่นั่นจะอยู่ได้ เพราะว่าที่ไหนที่เห็นเค้าทำโฮมสเตย์แล้วทำบ้าง คือ นอนเฉยๆไม่ต้องทำอะไร ตื่นนอนมาแล้วก็นั่ง อย่างนั้นเค้าจะคิดว่าอยู่บ้านดีกว่า เพราะฉะนั้นที่นั่นก็จะจบ ล่มสลาย มีคนไปแล้วไม่กลับมาอีก ถามว่าแล้วเราจะรู้ได้ยังไงคือมันไม่มีเครื่องมือเทอร์โมมิเตอร์ เครื่องมือในการวัดมันไม่มี เพราะฉะนั้นเครื่องมือในการวัดคืออะไร คือไปแล้วกลับมา ไปแล้วกลับมาอีกอันนี้คือเครื่องมือในการวัด” (สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2558)

ทั้งนี้แนวคิดของกลุ่มท่องเที่ยว ภายใต้การนำของคุณ สุรัตนา ภูมิมาโนช (actor's orientation) มีแนวคิดที่อยากจะให้บ้านน้ำเชี่ยวยังคงรักษาความเป็นวิถีชุมชนของตัวเองแบบเดิมไว้ และสร้างให้เด็กรุ่นใหม่สืบสานต่อไป โดยอธิบายว่า “ตอนนี้จุดประสงค์ของกลุ่มคืออยากให้มีชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีวิถีชีวิตอย่างนี้ต่อไปถึงข้างหน้า เด็กที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือมีคฤหาสน์ตอนนี้ก็ให้เค้ารับช่วงต่อทำต่อไป...ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการดูแลทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ เราอยากให้ป่าสมบูรณ์ น้ำใสสะอาด เราอยากให้นักท่องเที่ยวอยู่แบบนี้ให้คนได้อยู่ร่วมกันและช่วยดูแลธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ตอนนั้นเราทำแบบนี้แต่พอเราทำไปซักพักเราจะรู้เลยว่า มันได้มาเรื่องวัฒนธรรมด้วย มันได้มาเรื่องวิถีชีวิตชุมชนด้วยทำให้คนได้มาเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชน แยกจากไทยพุทธ อะไรแล้วแต่และสิ่งที่ได้ตามมาอีก คือ เด็ก คือจะต้องมีเด็กเป็นผู้สืบทอด แล้วที่เราคิดไว้ คือเราอยากให้เด็กไม่ไปทำงานที่อื่น อยากให้มีการรู้จักรักบ้านเกิด...และการตั้งรับถ้ามีนักท่องเที่ยวเยอะๆก็ว่ามันมีลิมิต ตามลิมิตอยู่แล้ว เราไม่มีบ้านเพิ่ม เรายังอยู่แค่ที่นี่ เราก็รับอยู่แค่ 150 แค่นี้เกินจากนี้เราก็ไม่รับ เพราะรับไม่ไหว” (สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2558)

คนที่บ้านน้ำเชี่ยวก็อยากเห็นบ้านน้ำเชี่ยวยังคงเป็นการท่องเที่ยวแบบที่วิถีชีวิต ธรรมชาติ ยังคงอยู่แบบนี้ต่อไปและมีคนรุ่นใหม่มาสืบทอด โดย ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า สิ่งสำคัญคือต้อง



ทำให้ชุมชนรักษาความเป็นชุมชนของตนเอง ทำให้คนในชุมชนเข้าใจไปในแนวเดียวกัน ถ้าถามว่าการท่องเที่ยวที่เข้ามาเยอะนั่นจริงๆแล้วมันจะทำให้วิถีชีวิตคนในพื้นที่เปลี่ยนไปหรือไม่ต้องบอกก่อนว่าต้องมองอย่างนี้ก่อนคือบางที่มันก็แล้วแต่พื้นที่นั้นเช่นถ้าไปดูงานแล้วยึดแบบปายหรือสวนผึ้ง แล้วรู้สึกชอบแล้วจะพยายามทำให้ชุมชนตัวเองเหมือนมันคือการเปลี่ยนแต่มันไม่เป็นตัวเอง อันนี้มันก็เปลี่ยนดังนั้นมันต้องแล้วแต่พื้นที่นั้นๆว่าถ้าเค้าต้องการจะเปลี่ยนเค้า เค้าจะทำแบบไหนจะทำตามแบบของคนอื่นๆที่มันไม่ใช่ตัวเค้าเอง หรือจะทำในแบบที่เป็นตัวของตัวเอง ถ้าเค้าต้องการทำที่มันเป็นตัวเค้าเองเค้าก็ต้องหาความโดดเด่นของตัวเองซึ่งมันจะยั่งยืน (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2558) สอดคล้องกับการรักษาแบบแผน (L: Latency) ในข้อจำเป็นเชิงหน้าที่ข้อสุดท้ายตามแนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ของ ทาคอต พาร์สัน โดยคนในชุมชนร่วมกันรักษาแบบแผนวิถีชีวิตในแบบความเป็นน้ำเชี่ยวไว้แม้รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริมแต่วิถีความเป็นน้ำเชี่ยวยังคงอยู่เหมือนเดิม

## (2) ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

ชุมชนบ้านเชียง ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ริมฝั่งขวาของแม่น้ำโขง พื้นที่บริเวณนี้เป็นแหล่งขุดค้นพบโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์เมื่อประมาณ 5,000 ปี ถึง 7,000 ปี ล่วงมาแล้วและเมื่อประมาณ 200 กว่าปีที่ผ่านมา ในแผ่นดินสมัยรัชกาลที่ 3 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ชาวไทพวนที่อยู่ริมฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง แขวงเมืองเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ถูกอพยพกวาดต้อนโยกย้ายถิ่นฐานมาบริเวณที่แห่งนี้ เดิมเรียกบ้านดงแพง ก่อนจะเปลี่ยนเป็น บ้านเชียงจนถึงปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.: 4) การค้นพบข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ รวมทั้งเศษชิ้นส่วนภาชนะดินเผาที่มีอย่างต่อเนื่องนับแต่อดีต เศษภาชนะดินเผาที่เคยอยู่ในดินถูกน้ำฝนชะล้างและน้ำเซาะขึ้นมาไหลระเกะระกะอยู่ข้างถนนเมื่อแรกพบไม่มีใครมีใครที่จะสนใจนัก ต่อมานับตั้งแต่พ.ศ.2500 เป็นต้นมาเริ่มมีการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่พบอย่างจริงจัง (พิสิฐ เจริญวงศ์, 2516: 3 - 4) พ.ศ.2515 กองโบราณคดีกรมศิลปากร โดยนายพจน์ เกื้อกุลและนายนิคม สุทธิรักษ์ได้ดำเนินการขุดค้นทางโบราณคดีที่บ้านเชียงอีกครั้งหนึ่ง โดยทำการขุดค้นที่บริเวณวัดโพธิ์ศรีในและบริเวณบ้านนายพจน์ มนตรีพิทักษ์ ทั้งนี้ พื้นที่ขุดค้นในวัดโพธิ์ศรีในนั้นได้รับการปรับปรุงเป็นพิพิธภัณฑสถานกลางแจ้งซึ่งเปิดให้ประชาชนเข้าไปศึกษาตลอดมาจนถึงปัจจุบัน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถได้เสด็จมาทอดพระเนตรการขุดค้นที่บ้านเชียงในครั้งนี้ เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2515 ความตอนหนึ่ง พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงตรัสถามว่า

“คนก่อนประวัติศาสตร์ที่ค้นพบในแหล่งขุดค้นนี้ มีความสัมพันธ์กับชุมชนที่เข้ามาอาศัยอยู่เมื่อประมาณ 200 ปี อย่างไร” นายพจน์ เกื้อกุล เจ้าหน้าที่ผู้กราบทูลถวายคำบรรยายว่า “ชุมชนที่เข้ามา ตั้งถิ่นฐานอยู่บนเนินดินหมู่บ้านเชียงเมื่อประมาณ 5,000 ปี ถึง 7,000 ปี อยู่ในลักษณะเป็นกลุ่มชนที่มีวัฒนธรรมร่วมกันมาเป็นเวลาช้านาน ชุมชนรุ่นเก่าที่มีวัฒนธรรมสมัยหินใหม่ปะปนมีร่องรอยให้เห็นว่า อยู่สืบต่อมาถึงชุมชนผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมเครื่องปั้นดินเผาลายเขียนสีซึ่งเป็นยุคโลหะที่มนุษย์รู้จักใช้เครื่องประดับและเครื่องมือที่ทำด้วยสำริดและเหล็ก ครั้นต่อมาเข้าสู่พุทธกาลพุทธศตวรรษที่ 16 -18 ราวๆ 1,000 ปี ล่วงมานี้ ก็ยังปรากฏหลักฐานมีร่องรอยของชุมชนอาศัยอยู่

บริเวณหมู่บ้านเชียงและพื้นที่ใกล้เคียง...หลังจากพุทธศตวรรษที่ 18 ลงมา ก็ยังไม่ปรากฏหลักฐานว่า จะมีชุมชนอาศัยอยู่ถาวรหรือไม่ซึ่งจะเป็นที่ค้นคว้ากันอีก เมื่อประมาณ 200 ปีมานี้ ก็เล่าสืบต่อกันว่ามี ชุมชนพวกหนึ่งอพยพมาแต่เมืองพวนเข้ามาตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ซึ่งเป็นบรรพบุรุษของประชากรบ้าน เชียงทุกวันนี้ ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อมขอเดชะ” (ข้อมูลจาก ห้องจัดแสดงที่ 1 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชกับบ้านเชียง อาคารกัลยาณิวัฒนา พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้าน เชียง)

จากการเสด็จทอดพระเนตรดังกล่าวในครั้งนั้น ความตอนหนึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงตรัสถามถึงอายุของกระดูกที่ขุดค้นพบว่า “เคยส่งพวกกระดูกที่ค้นพบไปพิสูจน์เรื่องการหาอายุ หรือไม่ เจ้าหน้าที่ถวายคำตอบว่า “ขอเดชะยังไม่เคยได้จัดส่งไปเลยพะยะค่ะ” พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงตรัสถามศาสตราจารย์นายแพทย์ สุด แสงวิเชียร ว่า “กระดูกนี้เคยใช้ในการพิสูจน์ หาอายุได้หรือไม่ ศาสตราจารย์นายแพทย์ สุด แสงวิเชียรถวายคำตอบว่า “การหาอายุกระดูก ใน ต่างประเทศก็เคยกระทำกันและประเทศเราก็เคยจัดส่งไปคิดว่าค่าส่งก็จะแพง ด้วยเกล้าด้วย กระหม่อมขอเดชะ” พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวให้ความเห็นว่า “ก็ไม่น่าจะสิ้นเปลืองมากนัก เพราะเรื่องพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อีกประการหนึ่งทั่วโลกก็คงจะสนใจบ้านเชียงนี้มาก ใครๆก็คงอยากรู้และให้ความร่วมมือในเรื่องการหาอายุ ถ้าหาอายุจากกระดูกนี้ได้ก็จะเป็นการ นำเชื่อถือขึ้นอีก” (ข้อมูลจาก ห้องจัดแสดงที่ 1 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชกับ บ้านเชียง อาคารกัลยาณิวัฒนา พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง)

การเสด็จทอดพระเนตรดังกล่าว ทรงเยี่ยมราษฎรอย่างใกล้ชิดพร้อมพระราชทานแนวทาง พระราชดำริอันทรงคุณค่าและนับเป็นแรงพลังขับเคลื่อนอย่างจริงจังต่อความก้าวหน้าในการศึกษา โบราณคดีของประเทศไทย โดยในระหว่างปี 2517-2518 กรมศิลปากรและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติย ของมหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนียร่วมมือกันจัดทำโครงการวิจัยทางโบราณคดี และทำให้บ้านเชียงเป็นที่ รู้จักไปทั่วโลกจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้แหล่งอารยธรรมบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ด้รับ การยกย่องและขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่ง สหประชาชาติ (ยูเนสโก) ลำดับที่ 359 เมื่อเดือนธันวาคม 2535

บ้านเชียง นับเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์แห่งหนึ่งที่สำคัญของ ประเทศไทยและเป็นหนึ่งในมรดกโลกที่คนไทยภาคภูมิใจโดยเฉพาะการเปิดประชาคมอาเซียนใน ปีพ.ศ.2558 บ้านเชียงนับเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ อารยธรรมโบราณ วัฒนธรรมที่ คล้ายคลึงกัน ของบรรพบุรุษในแถบดินแดนประเทศไทยและกลุ่มอินโดจีน (ลาว เวียดนาม กัมพูชา) นักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมเยือนจะได้รับการต้อนรับที่อบอุ่นด้วยไมตรีจิต ดุจญาติมิตรพี่น้องแบบอีสาน สัมผัสและเรียนรู้ร่วมกับเจ้าบ้านผ่านกิจกรรมต่างๆที่หลากหลาย อาทิ พิธีต้อนรับบายศรีสู่ขวัญแบบ อีสาน เรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้านเชียงคนไทพวน วัฒนธรรมการแต่งกาย ผ้าย้อมครามไทพวน เรียนรู้และ ลองเขียนลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง เรียนรู้การสานกระติบข้าวแบบไทพวน เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

การดำเนินการของกลุ่มท่องเที่ยวบ้านเชียงเคยเริ่มดำเนินการตั้งแต่ที่บ้านเชียงได้รับการ ประกาศให้เป็นมรดกโลก ตั้งแต่พ.ศ. 2535 พอพ.ศ. 2537 ก็เริ่มทำกลุ่มแต่ไม่ชัดเจนและเริ่มเป็นกลุ่ม จริงจังประมาณปี.2547 ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จมากนัก พอในปี.2554 เริ่มก่อตั้งเป็นกลุ่มที่ชัดเจนชื่อ

“กลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบ้านเชียง” โดยการนำของอาจารย์ชุมพร สุทธิบุญ มีสมาชิก รวมกลุ่มกันมา 50 คน บ้านที่เปิดเป็น โฮมสเตย์ประมาณ 10 หลัง รองรับได้บ้านละ 4 – 5 คน สมาชิก 50 คนรวมกลุ่มกันเหมือนกับซื้อหุ้นกัน หุ้นละ 100 บาท ไม่เกินคนละ 500 – 1000 บาท ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 อธิบายว่า “สมาชิกตรงนี้ ที่มี 50 คน ไม่ใช่ทุกคนที่ทำกลุ่มตรงนี้ ก็แล้วแต่ใคร สนใจ สมัครใจ มีใจรักที่จะมาทำ ส่วนใหญ่ที่ลงทุนสิ้นปีก็จะแบ่งเงินปันผลกัน รายได้จากค่าอาหาร ค่าที่พัก 10 เปอร์เซ็นต์จะหักเข้าไปในกลุ่ม สิ้นปีก็แบ่งเงินปันผลกัน ในเรื่องของเงินส่วนกลางตรงนี้ ก็จะนำไปทำสาธารณประโยชน์อาจจะเป็นงานบุญ งานส่วนรวมก็จะมีเงินช่วยจากกลุ่มตรงนี้” (สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2558)

การท่องเที่ยวที่บ้านเชียงจะมีกลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นกลุ่มหลักและ จะทำงานร่วมกับกลุ่มเครือข่ายต่างๆที่บ้านเชียง ประกอบด้วย กลุ่มปั่นหม้อเขียนสี กลุ่มทอผ้า กลุ่ม จักสาน กลุ่มกลองยาวพื้นบ้าน กลุ่มพ็อนรำ นอกจากนี้ยังมีแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ คือ พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติบ้านเชียง ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ในเรื่องแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์และมรดกทาง ศิลปวัฒนธรรมบ้านเชียงที่สำคัญ ทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น มีศูนย์การเรียนรู้ ที่เป็นทั้งศูนย์ เรียนรู้และศูนย์โฮมทอ “โครงการอนุรักษ์มรดกโลกบ้านเชียง” ที่เป็นแหล่งพัฒนาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ร่วมงานกับหน่วยงานต่างๆ อีกทั้งโรงเรียนในท้องถิ่นก็มีหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อให้เยาวชน ในพื้นที่สืบทอดประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้ อาทิ การปั่นหม้อเขียนสี การจักสาน กระตีบข้าว การทอผ้า รวมทั้งเทศบาลตำบลบ้านเชียงและหน่วยงานต่างๆที่สนับสนุนการจัดงาน เทศกาลมรดกโลกบ้านเชียงประจำปีซึ่งแต่ละส่วนเสริมสร้างให้การท่องเที่ยวบ้านเชียงเข้มแข็งมาจนถึง ทุกวันนี้

**การวิเคราะห์การท่องเที่ยวบ้านเชียง โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม Structural Functionalism) ตามแนวคิดของทัลคอต พาร์สันส์**

ทัลคอต พาร์สันส์ อธิบายโดยสรุปได้ว่า การศึกษาระบบสังคม เป็นการกระทำของ 5 ส่วน (Parsons and Smelser, 1984: 19) ประกอบด้วย (1) actor (2) situation (3) goals (4) means และ (5) actor's orientation รวมถึงการสอดแทรกอธิบายข้อจำเป็นเชิงหน้าที่ ประกอบด้วย (1) การปรับตัว(A: Adaptation) (2) การบรรลุเป้าหมาย (G: Goal Attainment) (3) บูรณาการ (I: Integration) (4) การรักษาระบบแผน (L: Latency) หรือเรียกว่า “GAIL” โดยอธิบายได้ดังนี้

ในที่นี้การท่องเที่ยวบ้านน้ำเชียงสรุปได้ว่า ผู้กระทำการ (actor) คือกลุ่มท่องเที่ยวที่เริ่ม ดำเนินการอย่างจริงจัง พ.ศ.2554 ภายใต้ชื่อ “กลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบ้านเชียง” เป็น กลุ่มหลักนำโดยอาจารย์ชุมพร สุทธิบุญและจะทำงานร่วมกับกลุ่มเครือข่ายต่างๆที่บ้านเชียง ประกอบด้วย กลุ่มปั่นหม้อเขียนสี กลุ่มทอผ้า กลุ่มจักสาน กลุ่มกลองยาวพื้นบ้าน กลุ่มพ็อนรำ

การท่องเที่ยวที่บ้านเชียงเริ่มขึ้นก็เมื่อมีนักท่องเที่ยวรู้จักบ้านเชียงในฐานะแหล่งมรดกโลก (situation) แต่ที่ผ่านมา การท่องเที่ยวที่บ้านเชียงไม่เข้มแข็ง โดยผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 อธิบายว่า “ถึงแม้ว่าบ้านเชียงจะได้รับประกาศเป็นมรดกโลกแล้วในพ.ศ. 2535 มีคนเข้ามาท่องเที่ยวบ้านเชียง เยอะแต่กลุ่มท่องเที่ยวก็ยังไม่เข้มแข็ง คือเริ่มแรก คนยังไม่เข้าใจลองผิดลองถูก เข้าใจบ้าง ไม่เข้าใจ

บ้างทั้งผู้บริหาร ทั้งชุมชน คือไม่รู้เลยว่าถ้ามรดกโลก มุมมองเราต้องเอาอะไรมาเป็นจุดเด่น ก็ยังไม่มีชาวบ้านก็เลยมองอย่างเดี๋ยว่าเอาหมอลำ จัดงานเหมือนงานวัด ที่จริงแล้วมันไม่ใช่ คือชาวบ้านเค้าเดาไปทางนั้น โฮมสเตย์ก็เข้าใจแต่ทำให้บริการที่พักและอาหาร ที่นี้ก็มีฝ่ายภาครัฐที่เป็นองค์กรที่ดูแลเกี่ยวกับมรดกโลกเค้าก็เลยมาให้ Concept ว่า เจ้าจะต้องจัดในเรื่องวัฒนธรรม เจ้าจะต้องมีวัฒนธรรมของเจ้า คือพื้นที่นั้น คือเจ้าได้ตำแหน่งมรดกโลกแล้วเจ้าเป็นคนชุมชนนี้ ทำยังไงถึงจะดูแลทำยังไงถึงจะ บูรณาการให้เข้ากับบริบทของตนเอง” (สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2558)

เมื่อได้แนวคิดเพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนกลุ่มโฮมสเตย์บ้านเชียงก็เริ่มปรับตัว (A: Adaptation) โดยเริ่มจากปรับแนวคิดของผู้บริหารในท้องถิ่น และคนในชุมชนให้มองไปในแนวทางเดียวกันก่อนโดยร่วมกันคิดว่า จะดึงดูดให้คนมาเที่ยวอะไรนอกจากงานมรดกโลกที่ปีหนึ่งมีครั้งเดียว จึงมีแนวคิดกันว่า (goals) เอาความโดดเด่นของชุมชนที่เป็นคนไทพวนขึ้นมาและให้ทุกคนร่วมกันสืบทอดรักษาความเป็นดั้งเดิมไว้และก็เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวร่วมกับการเป็นแหล่งมรดกโลกของบ้านเชียงด้วย ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 อธิบายว่า “วัฒนธรรมที่โดดเด่น ที่เป็นคนไทพวนมีอะไรเรามีดนตรีพื้นบ้าน เรามีภาษาพูด เรามีฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เราก็คิดพื้นฐานว่า บ้านเราเนี่ยดีหนึ่งคือบ้านเราเป็นคนไทพวน วัฒนธรรมเรามีอะไรบ้างที่โดดเด่น การแต่งกายเราดีขึ้นเรื่อย ๆ อาหารเราดีขึ้นมา ภาษาพูดเราดีขึ้นมา เส้นทางท่องเที่ยวเราดีขึ้นมา เรื่องพิธีกรรม หลุมชุดคั้น บ้านไทพวน...แผนของเราคือ กลุ่มเป้าหมายของเราจะพุ่งเป้าไปคือ 1) จะต้อนรับคณะนิสิต นักศึกษา ครู อาจารย์ 2) ต้อนรับคณะนักศึกษา เรียนรู้และวิจัย 3) ผู้สูงวัย 4) คือกลุ่มที่สนใจเรียนรู้ในเรื่องโฮมสเตย์ ในเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน” (สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2558)

จากนั้นก็ยังมีแนวทางในการปรับตัวที่เป็นรูปธรรม ในเรื่องของวิธีการบริหารจัดการ วิธีการ (means) คือ จัดทำข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับสมาชิกกลุ่ม ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 อธิบายว่า “สอบถามความสมัครใจสมาชิกที่จะทำโฮมสเตย์ใหม่ มีวิธีโดยมีสมาชิกรวมกลุ่มกันมา 50 คน บ้านที่เปิดเป็นโฮมสเตย์ประมาณ 10 หลัง รองรับได้บ้านละ 4 – 5 คน สมาชิก 50 คนรวมกลุ่มกันเหมือนกับซื้อหุ้นกัน หุ้นละ 100 บาท ไม่เกินคนละ 500 – 1000 บาท สมาชิกตรงนี้ ที่มี 50 คน ไม่ใช่ทุกคนที่ทำกลุ่มตรงนี้ ก็แล้วแต่ใครสนใจ สมัครใจ มีใจรักที่จะมาทำ ส่วนใหญ่ที่ลงทุน สิ้นปีก็จะแบ่งเงินปันผลกัน รายได้จากค่าอาหาร ค่าที่พัก 10 เปอร์เซ็นต์จะหักเข้าไปในกลุ่ม สิ้นปีก็แบ่งเงินปันผลกัน ในเรื่องของเงินส่วนกลางตรงนี้ ก็จะนำไปทำสาธารณประโยชน์อาจจะเป็นงานบุญ งานส่วนรวม มีการปรับที่พักให้ได้มาตรฐานโฮมสเตย์จนผ่านการรับรองจากกรมการท่องเที่ยวและกีฬา และมีธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์สนับสนุนเงินทุนสำหรับกลุ่มอาชีพก็ไปซื้อของเช่น เครื่องทำอาหาร ถ้วยโถ โอชาม พากะหย่อง เสื้อ และอุปกรณ์ในการต้อนรับแขก และส่งนักวิชาการมาเป็นพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาทำเว็บไซต์ให้ มาสอนเฟสบุ๊คนี้และคือพอเราได้เรื่องของโฮมสเตย์ แพ็คเก็จ แผ่นพับ โบรชัวร์ เรียบร้อยหมดจากธกส.ซึ่งก็ไม่ค่อยได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแล้วก็เขียนโครงการเพื่อที่จะไปศึกษาดูงาน อันดับแรกไปดูบ้านธารปราสาท ไปดูทางสีกาย วังน้ำมอก ที่นี้วิธีการคือก็แบ่งคนเลย โชนนี้กลุ่มนี้เจ้าไปดูที่พักเค้า กลุ่มนี้เจ้าไปดูกิจกรรมทำอาหาร กลุ่มนี้ไปดูสิ่งที่โดดเด่นของเขา ให้จดมาให้เรียบร้อยแล้วสรุปงานกัน อันนี้เจ้าก็ไปดูเกี่ยวกับวัฒนธรรมเขา พอดูมาก็มาเปิดประชุมให้เค้าวิเคราะห์ มานั่งคุยกันเอง เค้าก็ได้เรื่องนั้นมาเรื่องนี้มา เราก็จับมาร้อยกัน จัดเป็นแพ็คเกจ บ้านเราจะทำยังไง เราก็คิดพื้นฐานว่า บ้านเราดีหนึ่งคือบ้านเราเป็นคนไทพวน วัฒนธรรมเรามีอะไรบ้างโดดเด่น

การแต่งกายเราดั่งขึ้นมาเลย อาหารเราดั่งขึ้นมา ภาษาพูดเราดั่งขึ้นมา เส้นทางการท่องเที่ยวเราดั่งขึ้นมา เรื่องพิพิธภัณฑน์ หลุมขุดค้น บ้านไทพวน มันแฮปปี้อยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2558)

ในช่วงระยะเวลาสามปีแรก ธ.ก.ส. (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์) เป็นพี่เลี้ยงสนับสนุน โดยมีเทศบาลสนับสนุนงบประมาณมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่คือก็ปรับปรุงป้ายบอกทาง โครงสร้างพื้นฐาน และพอเริ่มเป็นรูปเป็นร่างก็เริ่มมี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสนับสนุนโดยการพาคนมาพักมาเที่ยว กรมการท่องเที่ยวก็ให้กลุ่มโฮมสเตย์ไปศึกษาดูงาน และส่งคนมาอบรมให้ความรู้ รวมทั้งให้ทางกลุ่มส่งคนไปอบรมความรู้ในเรื่องต่างๆ ในขณะเดียวกันทางกลุ่มโฮมสเตย์ก็ประสานการทำงานต่างๆให้กลุ่มเครือข่ายในพื้นที่บ้านเชียงมีความเข้มแข็งไปพร้อมกัน โดยมีกลุ่มโฮมสเตย์นำโดยอาจารย์ชุมพร สุทธิบุญ มีแนวคิด (actor's orientation) ว่า “โฮมสเตย์เป็นองค์กร แต่เราดูแลการท่องเที่ยวในชุมชน คำถามคุณดูแลอะไร 1) เรามีกลุ่มเครือข่าย คือกลุ่มปั่นหม้อ กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้า กลุ่มพอร่า กลุ่มกลองยาวเนี่ยแต่ละกลุ่มให้หนึ่งเป็นจุดๆ กรรมการเค้าก็จะถาม กลุ่มปั่นหม้อคุณได้อะไรจากโฮมสเตย์ โฮมสเตย์ไปทำอะไรให้คุณ เค้าก็ตอบได้ฉะฉานเลยว่า โฮมสเตย์ เค้าเป็นแม่ งานให้พวกผม ผมเป็นเครือข่าย ถ้ามีแขกเข้ามาพักผมจะต้องเป็นผู้ที่สาคิดในกิจกรรมในเรื่องการปั่นและเขียนหม้อ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของบ้านเชียงและเป็นเสน่ห์ในเรื่องมรดกโลกที่จะต้องให้ผู้มาท่องเที่ยวมีกิจกรรมร่วมในการสร้างสรรค์พัฒนา เช่นมาเขียนลายเองร่วมกับกลุ่มปั่นหม้อคนในพื้นที่ที่ ทำ คือนั่งเขียนเลย แล้วก็จะมีการบรรยายให้ความรู้ต่อไปว่าอันนี้คือลายดั้งเดิม อันนี้คือลายประดิษฐ์ อันนี้คือลายบูรณาการ เค้าจะเกิดความเชื่อมั่น เค้าจะเกิดสมาธิ มันจะสร้างทำให้เค้าเกิดปัญญาอีกมันจะช่วยพัฒนาศักยภาพของตัวนักท่องเที่ยวเองขึ้นมาได้อีก ทีนี้เค้าก็ถามกลุ่มพอร่าทำ ยังไง เมื่อเค้าเข้ามาเข้ามาเรียนรู้เรื่องวัฒนธรรม วัฒนธรรมดิฉันก็คือการพอร่า การแต่งกายแบบไทพวนซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่โดดเด่นเค้าจะเรียนรู้ซึมซับตั้งแต่เด็กอนุบาลถึง 70 ปี เวลาเค้ามีงานเฉลิมฉลองมรดกโลกเค้าก็จะมารำเป็นคณะคือทั้งที่อยู่ในกลุ่มหรือนอกกลุ่ม คนเด็กจนถึงผู้สูงอายุใครรำได้ก็มารวมกันรำ ถือเป็นงานใหญ่ของบ้านของเมือง 400 - 500 คน ถ้ามีแขกเข้ามาบู๊ กลุ่มดิฉันก็จะคัดสรรไปที่ละ 20 คน เพื่อที่จะไปพอร่าต้อนรับคณะแขกจะได้ประทับใจ คือทุกกลุ่มตอบได้หมด ปีแรกบ้านเชียงเราได้รับรางวัลเลย” ชุมพร สุทธิบุญ (สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2558)

การที่กลุ่มโฮมสเตย์เป็นแม่งานหลักและมีกลุ่มเครือข่ายที่ช่วยกันทำงานด้านการท่องเที่ยว ประสานความร่วมมือและบูรณาการการทำงาน องค์ความรู้ (I: Integration) และทำให้กลุ่มงานต่างๆที่เป็นเครือข่ายมีมุมมองปรับตัวไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวให้การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชนและเป็นเครื่องมือสืบทอดความเป็นวัฒนธรรมไทพวนให้คงอยู่คู่แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกบ้านเชียงซึ่งนับเป็นการรักษาแบบแผน (L: Latency) ไปในตัวด้วย โดยชุมชนจะมีการรักษาวัฒนธรรมประเพณี วิถีร่วมกัน โดยปรากฏให้เห็นในงานของแต่ละกลุ่มเครือข่าย อาทิ กลุ่มปั่นหม้อเขียนสี ก็จะเตรียมกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำโดยการสอนนักท่องเที่ยวให้ความรู้เกี่ยวกับปั่นหม้อ เขียนลาย ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 อธิบายว่า “คือนักท่องเที่ยวมานี้ก็จะสอนให้เค้ารู้จักลายดั้งเดิมก่อน แล้วก็เขียนลายในแบบที่เค้าสร้างสรรค์ขึ้นเอง เช่นลายการ์ตูนอะไรก็แล้วแต่เค้า คือส่วนมากเราจะเน้นสอนบอกเค้าลายบ้านเชียงเป็นแบบนี้ คือบางทีหน้าลายมันจะยุ่งยากเราก็ปล่อยให้เค้าฟรีสไตล์ คือฟรีสไตล์เค้าตามจินตนาการของเค้า แต่เราจะสอนลายดั้งเดิมก่อน ลายดั้งเดิมเราก็จะมีลายกันหอย ลายก้านขด ลายคาดเชือก พวกนี้เป็นลายดั้งเดิมหมด ที่ของบ้านเชียงทำจะทำ

เขียนแบบดั้งเดิมหมดเลย คืออย่างที่ทำให้นักท่องเที่ยวเขียนเราจะแบ่งไว้เป็นสามช่อง คือเป็นบ้านเชียงสักหนึ่งช่อง ที่เหลือก็ปล่อยเค้าเลยเป็นอิสระ จะเขียนยังไงก็เป็นของเค้าเลย แต่อย่างน้อยๆต้องเป็นของบ้านเชียงสักจุดหนึ่ง เขียนก็เป็นของเค้าเลย ก็ใบละ 20 บาท ตรงนี้ก็เขียนรายได้เสริมในการเลี้ยงดูครอบครัว” (สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2558)

กลุ่มจักสาน นักท่องเที่ยวก็จะได้เรียนรู้การสานกระติบข้าว ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวไทพวน ตั้งแต่บรรพบุรุษและเป็นรายได้เสริมจากการว่างเว้นจากการทำนา ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 อธิบายว่า “ลาวเค้าก็มาเอาที่นี้ไป ทางอุบล นครพนม หนองคายก็มาเอาที่นี้ คือบางที่มีญาติเค้าเอาไปที่ละสองสามร้อยใบก็หมด ก็มีการสอนทำ คือถ้านักท่องเที่ยวมาเค้าอยากลองมาสานก็มีมาทำเหมือนกัน คือมีวัตถุดิบมีอะไรให้ แต่เค้าขอมีส่วนร่วมทำ นักศึกษาที่ราชภัฏอุดรเค้าก็เที่ยวมาบ่อย ถ้ามา เค้าก็มาสานเค้าจะมาสามสี่ครั้ง คือมาเรียนด้วย แล้วก็มาเรียนรู้ด้วย เคยมีหนึ่งคณะเค้าจะมาสามครั้ง เค้าก็มาฝึก ป้าก็จะเป็นครูสอนให้ คือทำสานตรงนี้ก็เหมือนรายได้เสริมจากทำนา คือก็ทำนา 30ไร่ด้วย ทำเองคือพอเสร็จจากทำนาช่วงกรกฎา สิงหาคม ก็เอาตรงนี้มาเสริม ก็พออยู่ได้ ก็ได้ส่งลูกเรียน ตอนนี้นักก็จบแล้ว” (สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2558)

การสืบทอดศิลปวัฒนธรรมบ้านเชียงและภูมิปัญญาไทพวนท้องถิ่น โรงเรียนท้องถิ่นก็มีส่วนช่วยสำคัญ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 อธิบายว่า “โรงเรียนมัธยม โรงเรียนบ้านเชียงวิทยา มีเป็นหลักสูตรท้องถิ่นให้เด็กรุ่นใหม่ได้สืบทอดเรียนรู้ คือ จะมีเครื่องปั้นดินเผา จักสาน แล้วก็ทอผ้า ก็จะมีบาติกด้วย ซึ่งจะมีข้อปอยู่คือชั่วโมงหลักสูตรท้องถิ่นนี้ละ คือเค้าจะเชิญวิทยากรเข้าไปอยู่ตรงนั้นเลย คือเด็กคนไหนที่สนใจจริงๆ ก็ได้ต่อยอดทำไปเรื่อยๆ หรือเด็กคนไหนจะไปเรียนไกลต่อๆไปก็ได้” (สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2558)

กิจกรรมการเรียนรู้ที่นักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำทดลองเรียนรู้ร่วมกับคนในพื้นที่ คือ การสานกระติบข้าวแบบไทพวน การลงลายเขียนสีกับกลุ่มปั้นหม้อเขียนสี ประธานกลุ่มปั้นหม้อเขียนสี อธิบายว่า “เราจะจัดอุปกรณ์ไว้ให้นักท่องเที่ยวทดลองเขียนลายเอง อย่างเราจะแบ่งไว้สามช่อง ช่องหนึ่งจะให้เขียนลายดั้งเดิม คือสอนเค้าเขียนลายดั้งเดิมอธิบายที่มาให้เค้าฟัง ที่เหลือจะให้เค้าเขียนลายวาดลายตามฟรีสไตล์ของเค้า บางที่เราเห็นก็นำมาต่อยอดเพิ่มลายเดิมของเราให้มีลวดลายสวยแปลกตาได้ โดยที่เราก็งอนุรักษ์รักษาลายดั้งเดิมของเราไว้ เด็กที่นี้ก็มีมาเรียนรู้สืบทอดการเขียนลายทั้งที่เป็นแบบโรงเรียนคัดส่งมาและเด็กมาเอง ก็ดูมีแววหลายคน จะเห็นแววตั้งแต่วิธีการจับพู่กัน และก็ที่ผ่านมาสังเกตได้ว่าเด็กคนไหนที่มีลายมือสวยๆเวลาส่งสมุดการบ้านให้ครู จะเขียนลายได้สวยการเขียนลายให้ตี เด็กต้องมีสมาธิ คือถ้ามาเรียนเขียนลายที่นี้ เราจะใช้เทคนิคเปิดเพลงบรรเลงเพราะๆเบาๆให้ฟัง เวลาเขียนลายจะออกมาสวยไม่สะดุด” ชาตรี ตะโจปะรัง (สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2558)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มกลองยาวพื้นบ้านของบ้านเชียงก็มีเด็กรุ่นใหม่มาเรียนรู้ สืบทอด ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 ให้ข้อมูลว่า “เด็กรุ่นใหม่ก็มีสืบทอดกลองยาวพื้นบ้าน นักเรียนจากโรงเรียนบ้านเชียงวิทยาประมาณ 14-15 คน ที่เข้ามาอยู่กับวงเรา เค้ามาซ้อมทุกวันที่บ้าน ตอนไปโชว์ที่เวียดนามเนี่ยเด็กกลุ่มนั้นจะทำได้ แล้วเค้าเป็นตัวเอกเลย” (สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2558)

รวมทั้งหนึ่งในองค์กรสำคัญของบ้านเชียงที่ช่วยอนุรักษ์มรดกโลกบ้านเชียงไว้ทั้งยังต่อยอดพัฒนาสร้าง สรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบใหม่ๆโดยมีฐานเดิมจากศิลปะบ้านเชียง คือศูนย์การเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงที่เป็นทั้งศูนย์โอท็อปและโครงการอนุรักษ์มรดกโลกบ้านเชียง ผู้สืบทอดการ

ทำงานของศูนย์จากบรรพบุรุษ อธิบายว่า “ถ้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เครื่องปั้นดินเผาที่เหมือนของฝากของที่ระลึก อย่างศูนย์การเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงที่นี้ของเราก็เหมือนเงาจรดโลก ตัวโปรดักส์เราเปรียบเสมือนเงากับตัวท่องเที่ยว นั่นคือบ้านเชียง เราจะมีทั้งเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ บ้านเชียงมองได้หลายรูปแบบคือทั้งวัฒนธรรมและก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกมีด้านวัฒนธรรมและก็ด้านประวัติศาสตร์ คนมาก็จะมีมาแบบหนึ่งในฐานะลูกค้าต้องการแต่ตัวสินค้าโปรดักส์ และสองมาแบบในฐานะเพื่อการเรียนรู้ มาเพื่อศึกษา ของเราที่มานี้ส่วนมากมาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ มาแบบคณะศึกษาดูงาน มาเรียนรู้เพื่อทำในเวลาว่าง หรือเรียนไปเพื่อเป็นอาชีพก็มี หรือนักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาเรียนรู้จริงจังแบบเป็นหลักสูตรก็มาคุยกันก่อน มาช่วยกันออกแบบการเรียนรู้ ศูนย์เรียนรู้ของเราคืออนุรักษ์ด้วย ของเดิมที่เลียนแบบ แล้วก็สร้างสรรค์ด้วยลวดลายที่ใหม่ บางสิ่งบางอย่างเราก็ออกแบบขึ้นมาใหม่เลยโดยที่มีกลิ่นอายความเป็นบ้านเชียงอยู่” เบญจลักษณ์ ชำรงค์รัตน์ (สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2558)

กล่าวได้ว่าการทำงานในทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับบ้านเชียงยังคงได้รับการอนุรักษ์ รักษา ความเป็นวัฒนธรรมบ้านเชียงไว้อย่างกลมกลืนกับวิถีแบบชาวไทพวนและใช้การท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริมที่ใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการสืบทอด เผยแพร่เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรมพื้นถิ่นให้เป็นที่รู้จักและการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกหนึ่งซึ่งช่วยให้ความเป็นวัฒนธรรม วิถีแบบไทพวนได้รับการฟื้นฟู กลับมาให้อยู่คู่กับความเป็นมรดกโลกของบ้านเชียง

### (3) ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

บ้านนาต้นจั่น หมู่บ้านเล็กๆตั้งอยู่ที่ ตำบลบ้านดึก อำเภอศรีสัชชนาลัย จังหวัดสุโขทัย เริ่มต้นจากเมื่อประมาณ 200 ปีที่ผ่านมา มีสี่ครอบครัวอพยพย้ายถิ่นฐานมาจากแคว้นโยนก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เพื่อค้นหาดินแดนที่อุดมสมบูรณ์แห่งใหม่ ในช่วงเวลาใกล้เคียงกันก็มีอีกสามครอบครัวจากเมืองลับแลเดินทางโยกย้ายถิ่นฐานด้วยเหตุผลเดียวกัน ทั้งเจ็ดครอบครัวเดินทางมาพบดินแดนที่มีลักษณะเป็นภูเขากลางหมู่บ้านโดยผืนดินเต็มไปด้วยต้นจั่นจำนวนมากมาที่ผลิดอกออกผลก่อนต้นไม้ชนิดอื่นๆ พวกเขาจึงตัดสินใจลงหลักปักฐานสร้างชีวิตใหม่ที่นี้และเรียกดินแดนแห่งนี้ว่า “บ้านนาต้นจั่น” ผืนดินแห่งนี้ยังคงความอุดมสมบูรณ์และเป็นดินแดนที่คนบ้านนาต้นจั่นใช้ชีวิตด้วยความผาสุกตราบนานทุกวันนี้

วิถีชีวิตคนบ้านนาต้นจั่นเป็นแบบพึ่งพาอาศัยกันเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เหมือนญาติพี่น้อง ใช้ชีวิตพอเพียง ตื่นเช้าตักบาตร แล้วก็ไปไร่ไปสวน ชาวบ้านสานแข่งไม้ไผ่ตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวเพื่อใช้เป็นภาชนะเก็บพืชผักปรุงอาหารทานเองและแลกเปลี่ยนแบ่งกันในหมู่เพื่อนบ้าน ถ้าเหลือก็นำไปขายเครื่องแต่งกายผ้าถุง ผ้าถุงก็ทอกัน ใช้เอง ใช้ชีวิตประจำวันกันอย่างเรียบง่าย และเป็นจุดกำเนิดของภูมิปัญญาการทำผ้าหมักโคลนที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน ความภาคภูมิใจของคนที่นี่ คือมีวิถีท้องถิ่นที่มีขนบธรรมเนียมประเพณีของตนเอง มีการละเล่น อาหารประจำถิ่น และมีความเชื่อต่างๆเฉพาะตน เช่น การอัญเชิญวิญญาณเจ้าพ่อพญาแก้วมาปกป้องรักษาคนในชุมชน การกินข้าวเปิบ ก๋วยเตี๋ยวแบบหมี่พัน การละเล่น “เป็บโขก” ที่มีลักษณะคล้ายการละเล่นงูกินหาง

ในช่วงเวลาต่อมาได้เกิดภูมิปัญญาของช่างไม้ที่มีฝีมืออย่างคุณดวงซีในการทำตุ๊กตาบาร์โหนเพื่อใช้เป็นของเล่นสำหรับเด็กๆแรกเริ่มเดิมทีทำด้วยกระดาษแต่เพื่อความแข็งแรงและทนทาน

ประกอบกับฝีมือในทางช่างไม้ที่ติดตัวจนชำนาญจึงตัดแปลงวัสดุที่ใช้ทำตุ๊กตาบาร์โหนดมาเป็นไม้และด้วยวัยเกือบ 90 ปี ในปัจจุบันบุตรชายได้สืบสานภูมิปัญญาการทำตุ๊กตาบาร์โหนดและตัดแปลงหุ่นตุ๊กตาให้มีหน้าตา ทรวดทรงที่งดงาม บุคลิกลักษณะของตุ๊กตาเหมือนกับคนบ้านนาต้นจันทน์ที่มีรอยยิ้มที่สวยงาม ใจดี ใจเย็น เป็นมิตร กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำและเรียนรู้ร่วมกับเจ้าบ้าน อาทิ การเรียนรู้การทำผ้าหมักโคลน การเรียนรู้การทำข้าวเป็็บ เรียนรู้การทำตุ๊กตาบาร์โหนด เป็นต้น การรวมกลุ่มท่องเที่ยวของบ้านนาต้นจันทน์ เริ่มจากการรวมตัวเป็นกลุ่มทอผ้าพ.ศ. 2532 มีสมาชิกเริ่มแรก 21 คน ต่อมาพ.ศ.2537 สมาชิกเพิ่มเป็น 50 คน และมีหน่วยงานต่างๆเข้ามาสนับสนุน ในปี.2547 เริ่มผลิต “ผ้าหมักโคลน” อย่างจริงจังและพัฒนาต่อมาเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะท่องเที่ยววิถีชุมชน พ.ศ.2550 มีการพัฒนาแปรรูปผ้าหมักโคลนให้ร่วมสมัย จนมีการส่งออกไปยังประเทศอิตาลี และสหรัฐอเมริกา พ.ศ..2555 ได้รับรางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS 2012 ประเภท Heritage and Culture ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย โดยสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และพ.ศ.2556 ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม ประเภทองค์กรสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

#### การวิเคราะห์การท่องเที่ยวบ้านนาต้นจันทน์ โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ตามแนวคิดของทัลคอต พาร์สันส์

ทัลคอต พาร์สันส์ อธิบายโดยสรุปได้ว่าการศึกษาระบบสังคม เป็นการกระทำของ 5 ส่วน (Parsons and Smelser, 1984: 19) ประกอบด้วย (1) actor (2) situation (3) goals (4) means และ (5) actor's orientation รวมถึงการสอดแทรกอธิบายข้อจำเป็นเชิงหน้าที่ ประกอบด้วย (1) การปรับตัว (A: Adaptation) (2) การบรรลุเป้าหมาย (G: Goal Attainment) (3) บูรณาการ (I: Integration) (4) การรักษาแบบแผน (L: Latency) หรือเรียกว่า “GAIL” โดยอธิบายได้ดังนี้

การท่องเที่ยวที่บ้านนาต้นจันทน์เริ่มมาจากการเป็นกลุ่มสตรีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า คิดเริ่มรวมกลุ่มกันตั้งแต่พ.ศ.2532 มีสมาชิก 21 คน นำโดยคุณเสงี่ยม แสงลาภ ซึ่งถือว่าเป็นผู้กระทำการ (actor) วัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย (goals) ที่มารวมกลุ่มกัน ก็เพื่ออยากจะทำให้ชุมชนมีความรัก ความสามัคคีแล้วก็ก่อให้เกิดกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดรายได้ขึ้น แล้วก็มีการพัฒนาเรื่อยๆจนเป็นกลุ่มที่เข้มแข็ง สร้างรายได้ สร้างอาชีพให้คนในท้องถิ่น โดยการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 อธิบายว่า “มารวมกลุ่มนี้ ทุกคนเป็นเจ้าของร่วมกันทุกคนมาบริหารจัดการกันที่นี้ ปันผลอย่างเป็นธรรม มีการให้ซื้อหุ้นแต่ไม่ให้เกินคนละ 10 หุ้น โดยมีหุ้นละ 100 บาท มีการปันผลกันทุกปี ปีหนึ่งเราตั้งไว้ร้อยละ 12 บาท ถ้าปีไหนธุรกิจเราไปดี อย่างปี 57 ปีที่แล้วเราให้ร้อยละ 16 บาท แล้วก็ในชิ้นงานของแต่ละคน มันจะไม่เหมือนกัน คนไหนทำชิ้นยากๆมันก็ได้หลายบาทส่วนคนที่ทำง่าย ๆ มันก็ได้น้อยลงมา แต่ชิ้นงานที่เอามาจำหน่ายให้กับทางศูนย์ คือ ศูนย์โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาอาชีพและกระจายรายได้ ศูนย์ก็จะจ่ายเป็นคูปองไปแต่ว่าการรับซื้อซื้อเงินสดราคาตลาดหล่นกันไปตามชิ้นงาน คือถ้าเกิดชาวบ้านในกลุ่มเอามาขายที่ศูนย์ ทางศูนย์จะจ่ายเงินสดไปเลย เวลาสั่งงาน ก็เอาวัสดุลงไปให้ชาวบ้าน เช่น นาง ก วัสดุไปเป็นเงิน 3,000 บาท คือค่าเส้นด้าย เส้นยืน เส้นอะไรก็ว่าไป ที่นี้นาง ก ก็ทำ ทอผ้าแล้วก็เอามาส่ง นาง ก จะให้เค้าหักก็ได้จากเงินรายได้ ทอผ้าชุดนี้มา หรือจะไม่ให้หักก็ได้คือใช้หมดเครื่องแล้วค่อยหักทีเดียวกก็ได้ คือเหมือนให้ค่าวัสดุ เติเรียน



วัสดุให้ในราคาสามพัน พอเอาผ้าทอมาส่ง จะให้หักเลยก็ได้ หรือรอให้ใกล้จะหมดเครื่องแล้วค่อยหักก็ได้ อย่างนาง ก เอามาจำหน่ายวันนึ่งราคาสามพันบาท เป็น สามผืน นาง ก ก็จะมีบัญชีไว้ที่บ้าน นาง ก เคื่้าก็จะจดบัญชีของเคื่้่า สมุดเล็ก ๆ แล้วพอขึ้นงานมา ก็จะมีสมุดใหญ่ สมุดรายวัน รายเดือน รายปี ที่นี้พอสิ้นปีนาง ก เคื่้่าก็จะเอาคูปองมานับ คื่ือวันนี้เคื่้่าทอมาขายมาสามพัน ทางกลุ่มก็จะมีตราของกลุ่มปั้ม เขียนว่า วันนี้ 3,000 บาท 3 ชิ้น นาง ก โดยนาง ก ก็เก็บเอาคูปองนี้ไว้ พอสิ้นปี นาง ก นาง ข ทุกคนที่เป็นสมาชิกก็เอาคูปองมานับ ได้ยอดเท่าไร ได้ก็ همین ก็แสน ทางศูนย์ก็จะจ่ายไปอีกร้อยละ คื่ือตั้งไว้ร้อยละ 3 บาทแต่ปีที่แล้วการบริหารจัดการเราดี ปีที่แล้วให้ร้อยละ 7 บาท คนไหนทำได้ 1,000 บาทก็เอาคูปองยอดมาแบ่งได้อีก ได้ค่าปันหุ้นอีก ปันเบี้ยขยันอีก แล้วมาจำหน่ายให้ศูนย์ ศูนย์ก็รับซื้อเงินสด แล้วสวัสดิการ สมาชิกป่วย ก็จะมีค่านอนโรงพยาบาลให้ ตายก็จะมีสวัสดิการให้ คื่ือเราจะแบ่งปันกันอย่างเป็นธรรม แบ่งปันกันตามชิ้นงาน ผู้บริหารระดับไหน อะไรมีชิ้นงานยังงี้ก็ปันกันไป คื่ือทุกคน พอใจ ทุกคนเห็นด้วย ทุกคนรู้เรื่อง” (สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2558)

เหตุที่เกิดการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มสตรีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า เนื่องด้วยสถานการณ์ตอนนั้น (situation) คื่ือต่างคนต่างขาย ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 “ทอผ้ากันทอกันมาตั้งแต่เนิ่นนานแล้ว ทอแล้วก็ขายใครขายมันไม่มีการจัดการ เออทีนี้ก็ชวนกันมาตั้งเป็นกลุ่มทอผ้า แล้วก็มารับสมาชิกเพิ่ม เพราะว่าเราจะทำกลุ่มถ้าเราไม่น้อยคนเวลาตลาดเคื่้่าสั่งทำออเดอร์อะไรมันจะทำได้...แล้วการที่เราขายใครขายมัน ก็ถูกกดราคา เวลาที่ว่ามันเยอะๆเคื่้่าก็บอกว่ามันไม่ไหวแล้ว เคื่้่าก็กดราคา เราก็ไม่มีที่ไป เราก็ขายกัน ปี 2542 รัฐบาลมีโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยว โครงการนี้กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นเจ้าของโครงการ แล้วก็กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกัน แล้วเงินงบประมาณเป็นของธนาคาร JIC ประเทศญี่ปุ่น โดยทั่วประเทศไทยมี 19 จังหวัดที่จะได้รับเงินทุนสนับสนุน โดยคัดเลือกเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพเข้มแข็ง แล้วชุมชนบ้านนาต้นจันก็ได้รับเลือก ได้รับเงินทุนและในปี 2542 นี้ก็เปิดรับสมาชิกเพิ่มอีก เป็น 164 คน โดยทางโครงการมีแนวทาง วิธีการ (means) คื่ือ สนับสนุนส่งเสริมองค์ความรู้ในด้านต่างๆ “เราได้ไปอบรมในเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อบรมการตลาด การเงิน การบัญชี การท่องเที่ยว” (สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2558)

พ.ศ.2546 โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยว ที่กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นเจ้าของโครงการร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยได้รับเงินงบประมาณจากธนาคารเจปิค ประเทศญี่ปุ่น ก่อสร้างอาคารศูนย์โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาอาชีพและกระจายรายได้ เพื่อใช้เป็นและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้า

พ.ศ.2547 เป็นปีที่ทำให้บ้านนาต้นจันปรับตัว (A: Adaptation) ให้เป็นชุมชนที่มีการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยจากการที่ชุมชนได้รับงบประมาณสนับสนุนจากโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยวเมื่อพ.ศ.2542 ระยะเวลา 5 ปีผ่านไป มีการติดตามความคืบหน้าปรากฏว่าชุมชนบ้านนาต้นจันติด 1 ใน 5 ของการเป็นชุมชนที่มีศักยภาพเข้มแข็ง และได้รับโอกาสไปศึกษาดูงานที่ญี่ปุ่นจนกลับมาทำเรื่องท่องเที่ยวที่บ้านนาต้นจันและทำผ้าหมักโคลนอย่างจริงจัง ซึ่งถือว่าการปรับตัว (A: Adaptation) ของชุมชนในแนวทางในการจัดให้มีการท่องเที่ยว โดยมีการสร้างกลุ่มต่างๆให้เกิดขึ้นและบูรณาการสร้างเครือข่ายร่วมกัน (I: Integration) เพื่อรองรับการทำบ้านนาต้นจันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้เสริมและเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 “จากที่เคื่้่าให้เงินสนับสนุนโครงการ เคื่้่าก็

มาคว้า 19 จังหวัด เนี่ยอันไหนที่มันบริหารจัดการได้ดี ดูความคืบหน้า ว่ามันบริหารจัดการต่อได้หรือไม่ คนในชุมชนเป็นอย่างไร เค้คัดเลือกจาก 19 จังหวัด เอา 5 จังหวัด ปรากฏว่าที่นี้ติด 1 ใน 5 ในระดับต้นๆเลย ตรงนี้ก็ได้มีโอกาสเค้ให้ไปศึกษาดูงานที่ประเทศญี่ปุ่น ไปดูเกี่ยวกับต้นแบบโอท็อป ต้นแบบโฮมสเตย์ แพ็คเค้จ ไปดูงานประเทศญี่ปุ่น พอกลับมา เราก้มาทำของเราขึ้น มาก็มาทำเรื่องท่องเที่ยว ทำโฮมสเตย์ มาทำกลุ่ม เรามาทำท่องเที่ยวเรามองดูตัวเราเองว่าเราทำท่องเที่ยวแล้วไม่ไหวให้เค้มาสอน แคมมาแล้วกลับไปอย่างเดียวน่าใช่ มันต้องมีนู่น นี่ นั่น ให้เค้มาเรียนรู้ หลักๆเรามี ทอผ้า เราก้ทำผ้าหมักโคลนแบบภูมิปัญญา คือ ถามว่าเอามาหมักโคลนทำไม ก็เพื่อให้ผ้ามันนิ่ม ถามว่ารู้ได้อย่างไร ที่เอามาหมักโคลนแล้วผ้ามันรู้ได้ยังไง คือรู้จากบรรพบุรุษ ปู่ ย่า ตา ยายสมัยก่อน ไปไร่ ไปนา ใส่ผ้าถุง ผ้าถุง ลุยน้ำ ลุยโคลนทุกวัน ปรากฏว่าสังเกตจากชายข้างล่าง ชายผ้าถุง ผ้าถุง นิ่ม นิ่มเป็นลอน สีเอิร์ทโทน สวย ลูกหลานก็เลยจำเอาภูมิปัญญาตรงนั้นมาแล้วก็เอามาผสมผสานกับสมัยใหม่ ทำให้กลายเป็นผ้าหมักโคลนที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน โด่งดังทำให้ศรีสะเกษล้น กระเบื้องในเรื่องของท่องเที่ยว คือนอกจากเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของเราแล้วก็ต่อยอดรายได้ นอกจากนี้เราก้มาสร้างกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ สร้างกลุ่มจักสาน สร้างกลุ่ม ภูมิปัญญา ทำของที่ระลึก ทอผ้าเนี่ยทอกันตามไต้ถุนบ้าน แล้วก็มาทำเส้นทางท่องเที่ยว ว่านักท่องเที่ยวมา สามารถจะไปไหนบ้าง หนึ่ง สอง สาม สี่ เรามีอันนี้ อันนี้แล้ว ที่นี้พอเปิดเป็น โฮมสเตย์ คนก็เริ่มรู้จัก คนก็เริ่มเข้ามา เราก้เปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ทุกอย่าง ทุกเรื่อง เช่น เรียนรู้การทำข้าวเป็ญ กระบวนการทำผ้าหมักโคลน เรียนรู้ ภูมิปัญญาต่างๆ ในหมู่บ้านเรา นักท่องเที่ยวสามารถไปดูแล้วก็ไปสัมผัส เรียนรู้ ทดลองทำได้ เรียนรู้ได้หมด” (สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2558)

หลังจากที่ทำโฮมสเตย์ พ.ศ.2547 โฮมสเตย์บ้านนาต้นจันได้รับคัดเลือกให้ติด 1 ใน 10 โฮมสเตย์ดีเด่น จากการคัดเลือก 140 โฮมสเตย์ ทั่วประเทศจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแล้ว ได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานที่ประเทศจีน ไปเห็นแนวทางการทำท่องเที่ยวธรรมชาติ ภูเขา เขื่อน เขื่อนมีกรบอกเล่า Story พอกลับมาเลยมีแนวคิดในการสร้างกิจกรรมเกี่ยวกับท่องเที่ยวธรรมชาติ ให้มีจุดชมวิวที่ห้วยไฮ ดูพระอาทิตย์ขึ้น พระอาทิตย์ตก และปลูกป่าปลูกยางนาหนึ่งสะตึก โดยจะเปิดให้นักท่องเที่ยวขึ้นไปในช่วงหน้าหนาว มีการปั่นจักรยานชมธรรมชาติและวิถีชุมชน สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อย ไม่สามารถเดินได้ทั่วหมู่บ้าน ก็ศึกษาเรียนรู้จากจุดศูนย์รวมภูมิปัญญา คือที่พิพิธภัณฑ์คนนาต้นจัน ในส่วนของการจัดการโฮมสเตย์ที่เป็นจุดแข็งของบ้านนาต้นจัน ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 อธิบายว่า “โฮมสเตย์นี้ มี 2 กอง กองหนึ่งที่จุดชมวิว จุดชมวิวก้จะมีคนดูแล กองหนึ่งก้จะเป็นโฮมสเตย์ 16 หลัง โดย 16 หลังนี้การบริหารจัดการคิดหัวละ 500 บาท/คน/คืน คือ 500 บาทจะรวมอาหารเย็น อาหารเช้า โดยค่าบริการ 500 บาท นี้จะแบ่งให้เจ้าของบ้าน 250 บาท /คน/คืน ส่วนอีก 250 บาทนี้เป็นเรื่องของการจัดการ การจัดการมีอะไรบ้าง คือ อาหารเย็น กินร่วมกันก้จะมีทีมแม่ครัว อปพร. มัคคุเทศก์ แล้วก็ให้ค้ไปพัฒนาหมู่บ้าน ทุกค้มี 11 ค้มี ค้มีก้เป็นกลุ่มของชาวบ้านนั้นแหละ มีค้มีละ 27 คนบ้าง 23คนบ้าง แต่ละค้มีจะมีหัวหน้าค้มี กรรมการค้มี เค้รวมตัวกันเป็นค้มีเพื่อดูแลกันเอง ที่นี้ทางท่องเที่ยวโฮมสเตย์ก้ให้ทุกค้มีทุกค้มีที่มีลูกค้มา แล้วก็ส่วนหนึ่งก้เอาเข้ากองกลางเอาไว้เพื่อบริหารจัดการเวลาเรื่องท่องเที่ยวให้ไปอบรม ไปประชุม ก้มาเบิกค้มน้ำมัน ค่าเบี้ยเลี้ยงตามกฎหมาย อันนี้ค้มีมันต้องไป ไม่ใช่ใครไม่มีค้มีจ่ายไม่ได้ ค้มีมันต้องมี ค้มีก้เอาเงินส่วนกลางไปอย่างกลุ่มทอผ้าก้เหมือนกันก้มีกองกลางแบบนี้เหมือนกัน อย่างจุดชมวิวนั้นก้ก็อีกกองหนึ่งอันนี้ก้คิด

500 บาท/คน/คืนเหมือนกับบนอนข้างล่างเหมือนกัน แต่ตรงโน้นเค้าคิดให้ผู้ใหญ่บ้านเพื่อมาบริหารจัดการในชุมชน ใช้ประโยชน์หัวละ 30 บาท แล้วก็ให้มาบริหารกองกลางก็ติดต่อหัว หัวละ 50 บาท โดยส่วน 50 บาทนี้ กองกลางก็เอาไปหิ้วน้ำ แจกคนไปหิ้วน้ำไปใช้ข้างบน แล้วก็มีการจัดการในเรื่องลูกหาบ ไกด์ มีลูกค้า 5 คน/ไกด์ 1 คน แล้วก็แม่ครัว เงิน 500 บาท/คน/คืน ที่ขึ้นไปพักบนจุดชมวิวที่มี 10 เต็นท์ รองรับได้ไม่เกิน 30 คน มันก็มากระจายเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ทั้งหมด”

ประธานกลุ่มคุณเสงี่ยม แสงสว่าง มีมุมมอง (actor's orientation) ว่า “การท่องเที่ยวก่อให้เกิดกิจกรรมซึ่งให้ชาวบ้านมีงานทำ เป็นรายได้เสริม และช่วยส่งเสริมให้ชาวบ้านช่วยกันรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านาคันจัน คนก็มางานทำ อย่างคนที่เป็นไกด์ถ้ามีงานพานักท่องเที่ยวขึ้นจุดชมวิว ตอนตีสี่ ไกด์ต้องเตรียมขึ้นไป คือไกด์ไม่ได้นอนข้างบนนะ ขึ้นไปถึงข้างบนก็ตีห้าก็เตรียมโอวัลติน กาแฟ อาหารเช้า พาเค้าชมพระอาทิตย์ขึ้น แล้วก็ลงมา สองโมงเช้าให้ถึงบ้าน มาถึงบ้านก็กินข้าวกินปลา ทรายาก็ห่อข้าวไว้คอย ก็ไปรับจ้างอื่นอีก” เสงี่ยม แสงสว่าง (สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2558)

การพักโฮมสเตย์ที่บ้านนาต้นจันก็จะมีสมุดบันทึกให้เขียนให้จดก่อนกลับ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 อธิบายว่า คือ โฮมสเตย์ก็จะต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบญาติ แบบพี่แบบน้อง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่นมาพัก เราก็จะมีสมุดบันทึกให้เค้าเขียนก่อนกลับ คือพอเราอ่านก็เป็นกำลังใจ แต่ก็อยากให้เค้าเขียนแบบให้คำแนะนำในการปรับปรุงบ้าง เราจะได้นำมาแก้ไข” (สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2558)

ชุมชนบ้านาคันจันเป็นชุมชนที่เริ่มจากการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มขึ้นมาเอง มีหน่วยงานมาสนับสนุนแล้วเห็นผลงาน ก็ได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงาน ทั้งในแนวคิดและองค์ความรู้ต่างๆและมีคนรุ่นใหม่ที่มีการสืบทอดความเป็นชุมชนให้เข้มแข็งซึ่งเปรียบเสมือนกับการรักษาแบบแผนของชุมชนไว้ (L: Latency) โดยประธานกลุ่มอธิบายว่าในเรื่องการสืบทอด ผ้าหมักโคลนลูกหลานก็มีมาสืบทอด ลูกๆส่วนใหญ่ก็เรียนรู้จากพ่อแม่ เค้าเห็นพ่อเห็นแม่ทำเค้าก็ทำ เค้าก็สืบทอดกันในครอบครัวของเค้า ลูกก็ทำกันมาตั้งแต่เล็กๆ อย่างข้าวเปีย ทุกคนทำเป็น ข้าวเปีย เด็กๆ เล็กๆทุกคนทำได้หมด และก็อยู่ในหลักสูตรท้องถิ่นของโรงเรียนเสงี่ยม แสงสว่าง. (สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2558)

การสืบทอดการเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่บ้านนาต้นจัน ยังคงได้รับการสืบทอดจากเด็กรุ่นใหม่ที่ได้ผ่านการเรียนรู้จากครอบครัวและจากโรงเรียน ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 อธิบายว่า “คืออยู่ที่ลูกหลานก็ได้สืบทอด อย่างภูมิปัญญาการทำตุ๊กตาบาร์โหนดของดาวงษ์ ก็มีลูกชายมาสืบทอด อย่างผ้าทอนี้ก็ลูกๆหลานๆในโรงเรียนก็มีชั่วโมงเรียนอยู่แล้ว อย่างเด็กๆช่วงเสาร์ อาทิตย์เค้าไม่ได้เรียนไม่ได้ทำอะไร เค้าก็มาช่วยพ่อแม่ทอผ้า อันนี้มันก็ช่วยปลูกฝังให้กับเยาวชนรุ่นหลัง และก็ไม่ได้สร้างรายได้อย่างเดียวแต่ยังสร้างความรู้และความสามัคคีในครอบครัวให้เค้ารักแล้วก็เกิดความอบอุ่นในครอบครัว คือเป็นสิ่งที่เราคิดว่าน่าจะอยู่กับชุมชนไปตลอด” (สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2558) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 อธิบายเสริมว่า “ทอผ้ากันมาตั้งแต่เป็นเด็กเรียนรู้มาจากพ่อแม่ในครอบครัวทำกันมา ตอนเด็กก็ช่วยพ่อแม่ทอผ้า เมื่อก่อนทอไว้ใช้เอง แล้วต่อมาก็รวมกลุ่มกันทำขาย รายได้พออยู่ได้ การท่องเที่ยวดีมีคนมาที่นักท่องเที่ยวมาพักที่นี่ก็เป็นรายได้เสริม

การรวมกลุ่มทอผ้าทำให้เกิดความสามัคคีในกลุ่มและเมื่อมีการท่องเที่ยวก็ทำให้ช่วยสร้างรายได้เสริมและทำให้ได้มีตราภาพเพิ่มขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 “อธิบายว่า “แต่ก่อนเรื่องทอผ้า ต่าง

คนต่างทำ ต่างคนต่างขาย พอมารวมกลุ่มกันแล้วดีทำให้สามัคคีกัน ช่วยกันทำ ช่วยกันขายเงินก็มาแบ่งกันตามแต่กำลังของแต่ละคน มีทองเที่ยวคนมาเที่ยวมาศึกษาดูงานมาก มีนักศึกษาที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวมาพักบ้านาตันจันทุกปีเค้ามาแบมมีครูปามามาอยู่มาเรียนรู้ที่นี่ทุกเดือน เรายังก็ใจไม่เหงา เค้ามาก็มาเรียนรู้หมด มาช่วยทำอาหาร เตรียมอาหารเรียนรู้ในวิถีเรา รายได้ก็มาช่วยเสริมแล้วก็ได้เพื่อนได้รู้จักลูกๆหลานๆเพิ่ม” ในเรื่องการเดินทางที่นี้ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่มาจากท่ารถต้องนั่งมอเตอร์ไซด์วินเข้ามาระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร (สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2558) โดยผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 อธิบายว่า “บางทีคนอยากมา ไทมาว่าจะมาแต่เรารู้ว่าไม่แน่เพราะทางเข้ามามันไม่มีรถสาธารณะมันก็ลำบากส่วนหนึ่ง แต่ถ้ามีรถมาเองจะดีกว่า แต่ออนาคตก็คงต้องมีรถสาธารณะอย่างอื่นที่ไม่ใช่มอเตอร์ไซด์วินอย่างเดียว ฝนฟ้าตก มันก็ลำบากแต่ที่นี้ก็ช่วยเหลือกันถ้านักท่องเที่ยวติดต่อกันก็มีประสานให้คนในพื้นที่ไปรับถ้าเป็นจังหวะที่เค้าว่าง ที่นี้เราอยู่กันแบบญาติ แบบเพื่อนนักท่องเที่ยวเราก็ดูแลแบบญาติแบบเพื่อนบางคนวัยรุ่นมาเราก็ดูแลเหมือนลูกเหมือนหลาน เค้าก็เขียนไว้ในสมุดบันทึก เวลาเหงาๆ ว่างๆเปิดอ่านก็รู้สึกดี มีหลายคนที่มาแล้วก็มาอีกพาเพื่อนมาด้วย” (สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2558)

ผู้สืบทอดและเป็นนักพัฒนารุ่นใหม่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 อธิบายว่า “ที่นี้อากาศดี การท่องเที่ยวมันต้องมีอะไรที่โดดเด่น ตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม มีป้ายอะไรที่สวยงามมองแล้วโดดเด่น เป็นบ้านนาตันจัน คือทำให้เห็นเด่นชัดไม่ให้ขับรถผ่านเลยไป ปลูกดอกไม้ริมทางให้สวยๆ ที่นี้มีหอผ้ามีผ้าหมักโคลน คือ กิจกรรมท่องเที่ยว เราต้องทำอะไรที่ให้แมมาดูผ้าหมักโคลน พอกับลูกก็ไปทำกิจกรรมอย่างอื่น ที่นี้ก็มีซั้จรรย์รอบหมู่บ้าน อนาคตก้จะมีกิจกรรมทางน้ำ ตอนนี้มีจุดชมวิวแห่งใหม่ขึ้นไปบนภูเขาจะมองเห็นหมดเปิดในช่วงหน้าหนาว เพิ่งเปิดตัวเมื่อปลายปีที่แล้ว แรกๆก็ให้สมาชิกในหมู่บ้านขึ้นไปเที่ยวชมกันเองก่อน นักท่องเที่ยวมาจุดชมวิวระหว่างทางก็จะมีกรอธิบายพวกพันธุ์ไม้ ถ้ามาช่วงเก็บเห็ดก็จะมีสอนเก็บเห็ด คนในเมืองที่สุขุขัยพอเห็นโพสต์รูปลงเฟสบุ้คก็มากันแบบวัยรุ่นเค้าก็มาเที่ยวกัน ส่วนใหญ่ก็จะงงว่าที่นี้มีจุดชมวิวที่สวยงาม คือการท่องเที่ยวมันต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง เรามีกิจกรรม มีที่พัก มีความเป็นวิถีเดิมแบบบ้านนาตันจันที่มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของตนเอง มีความเป็นมิตรไมตรีให้กับผู้มาเที่ยวเหมือนพี่น้อง เรายังเรียนรู้กันไปในเรื่องการท่องเที่ยว โชคดีที่คนในพื้นที่มองไปทางเดียวกัน ถ้ามีอะไรใหม่ก็ต้องมานั่งคุยอธิบายกันให้เข้าใจกันมาคุยกันก่อน อนาคตก้อยากให้วิถีบ้านนาตันจันเป็นแบบนี้ แต่เรื่องพัฒนาองค์ความรู้เราก็ต้องพัฒนาไปเรื่อยๆนำมาประยุกต์ใช้กับในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวที่นี้เราก็ใช้สื่อเทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ มีทำเว็บไซต์ให้มีภาพสวยๆ มีภาพถ่ายวิวสวยๆ คนก็เข้ามาชมเยอะมาเที่ยวเยอะ” (สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2558)

การที่บ้านนาตันจัน เป็นที่รู้จักในปัจจุบัน สื่อมวลชน สื่อส่งพิมพ์มีผลอย่างมาก ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 อธิบายว่าตอนที่ประภวณางสาวไทย ในปีที่เค้ามาทำกิจกรรมที่นี้ ผู้เข้าประกวดใส่ชุดผ้าหมักโคลน สื่อมวลชนก็ตามมาจากหลายที่มาทำข่าว บ้านเราก็เริ่มเป็นที่รู้จักตั้งแต่ตอนนั้นด้วย มีการเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์หลายฉบับ รายการโทรทัศน์ก็มาถ่ายทำที่นี้หลายรายการ ก็ทำให้บ้านนาตันจันเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น ผ้าหมักโคลนก็ขายดีขึ้น แบบเสื้อผ้าเราก็ออกแบบกันเองให้คนหลายวัยใส่ได้” (สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2558)

คนในพื้นที่บ้านนาต้นจั่นส่วนใหญ่เป็นเครือญาติกัน บ้านนาต้นจั่นยังคงรักษาความเป็นแบบแผน (Latency) ความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีความเป็นดั้งเดิม มีการทอผ้า มีวิถีแบบชาวสวน ชาวไร่และผู้สืบทอดรุ่นใหม่อีกยังคงสืบทอดภูมิปัญญาความเป็นดั้งเดิมและนำองค์ความรู้จากการเรียนรู้ใหม่ๆมาช่วยพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำเองร่วมกับเจ้าบ้าน

#### (4) ชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่

เกาะกลาง มีลักษณะพื้นที่เป็นเกาะ ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของเทศบาลเมืองกระบี่ ชุมชนบ้านเกาะกลางอยู่ในหมู่ 1บ้านเกาะกลาง ตำบลคลองประสงค์ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ลงเรือข้ามปากจากฝั่งแผ่นดินใหญ่จากตัวเมืองกระบี่ได้ในบริเวณ 2 ท่าเรือ คือ ท่าเรือเจ้าฟ้า – ท่าหิน เกาะกลาง และท่าเรือสวนสาธารณะธารา – ท่าเล เกาะกลาง ใช้เวลาเดินทางเพียง 5 นาทีก็จะมาถึงเกาะกลางที่เต็มไปด้วยผู้คนที่ยิ้มแย้ม มีน้ำใจไมตรี ชาวบ้านเกาะกลางส่วนใหญ่ร้อยละ 90 นับถือศาสนาอิสลามและอยู่ร่วมกันกับชาวพุทธฉันท์ญาติมิตรกลมกลืนกันด้วยความผาสุก มีวิถีชีวิตเรียบง่ายพึ่งพาอาศัยกัน จุดศูนย์รวมดวงใจแรงรักแรงศรัทธาของชาวบ้านเกาะกลางจะอยู่ที่มัสยิดกลางหมู่บ้าน มีคำสอนทางศาสนาเป็นกรอบแนวทางการดำเนินวิถีชีวิตแบบชาวมุสลิม อีกทั้งชุมชนได้ตกลงร่วมกันตั้งกฎ 5 ข้อที่คนเกาะกลางรวมทั้งผู้มาเยือนต้องยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด คือ 1) ไม่นำสิ่งเสพติดและของมีค่าขึ้นมามาก 2) ไม่นำอาหารประเภทหมูขึ้นมามาก 3) ไม่นำสุนัขขึ้นมามาก 4) ผู้หญิงไม่ควรใส่สายเดี่ยวหรือขาสั้นเกินไปจนเห็นต้นขา 5) ไม่ควรแสดงพฤติกรรมเชิงชู้สาวในที่สาธารณะ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุมชนบ้านเกาะกลางมีความเข้มแข็ง

ชุมชนบ้านเกาะกลางที่ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมมุสลิม วิธีการดำเนินชีวิตยังเป็นไปในลักษณะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ทูนทางสังคมและวัฒนธรรมยังเป็นส่วนช่วยปกป้องการรุกรานของวัฒนธรรมความเป็นเมือง ในทุกวันชาวบ้านจะประกอบพิธีละหมาดตามเวลา และในตอนเย็นและวันเสาร์อาทิตย์จะเห็นบรรยากาศของเด็กตัวน้อยๆและผู้สูงอายุถือหนังสือพร้อมด้วยผ้าละหมาด เพื่อไปเรียนศาสนาตามบ้านโต๊ะครู วัฒนธรรมและศิลปะการแสดง เช่น รำรองเง็ง การขับลาอู การรำกาหยง และประเพณีเกี่ยวเนื่องจากศาสนา เช่น การถือศีลอด การทำบุญนุรี การทำบุญเหมาโหลด การขึ้นแปลเด็ก การทำน้ำเจ็ดเดือน เป็นต้น วัฒนธรรมการปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน อาหารที่เป็นที่นิยม เช่น ข้าวยาคูลูก ขนมจาก แกงแพะ แกงมะนึ่ง (แกงเบ็ดเทศ) ข้าวมันแกงหรือปลาเค็ม ขนมจีนน้ำยา โรตีกินกับแกง เป็นอีกชุมชนหนึ่งที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรม คือ การแลกเปลี่ยนหรือการนำอาหารหรือขนมหวานไปให้กับเพื่อนบ้าน หรือบางกลุ่มมักจะนำอาหารของตนเองมารับประทานร่วมกันที่ “ชนา” (กระท่อมเล็กๆ ที่ปลูกแยกจากบ้าน) ใช้เป็นสถานที่พักผ่อน รับประทานอาหารร่วมกัน และพบปะในกลุ่มญาติพี่น้องและเพื่อนบ้าน (บุญเรือง ขาวนวล, มปป.)

เกาะกลางอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติทั้งทะเล ป่าชายเลนและพื้นดินที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ ผู้คนส่วนใหญ่ทำอาชีพผสมผสานกันคือประมงและทำนา ประมงเป็นแบบประมงชายฝั่ง อาทิ กางวางอวนปลา การทำโป๊ะน้ำตื้น เลี้ยงปลาในกระชัง การสักหอย การวางลอบแบบภูมิปัญญา

ชาวบ้านที่ศึกษาวิถีของธรรมชาติโดยทำลอบให้มีลักษณะโดดเด่นที่แตกต่างกันไว้ด้กสัตว์น้ำ อาทิ ลอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสไว้สำหรับด้กปู ลอบทรงกระบอกไว้สำหรับด้กปลาตุกในทะเล ลอบครึ่งวงกลมมีไว้สำหรับด้กปลาหมึก คนเกาะกลางปลูกข้าวทานกันเองในหมู่บ้าน ข้าวที่ขึ้นชื่อของที่นี่คือข้าวสังข์หยดเป็นข้าวที่ได้รับสายพันธุ์มาจากจังหวัดพัทลุง รัชชาติอ้อยแตกต่างจากที่อื่นเนื่องเพราะดินที่เกาะกลางเป็นดินคุณภาพดี มีความเค็มของน้ำทะเลผสมอยู่ แรกเริ่มเป็นโครงการทดลองปลูกที่เกาะกลาง ผลผลิตเจริญงอกงามได้ดี ข้าวสังข์หยดที่เกาะกลางไม่ได้ปลูกเพื่อนำขายแต่มุ่งเน้นให้คนเกาะกลางมีคุณภาพชีวิตที่ดีได้รับประทานข้าวที่มีคุณภาพดี มีคุณค่าทางโภชนาการสูง รัชชาติอ้อย

วิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชาวประมงของชาวบ้านเกาะกลางสะท้อนผ่านเรือหัวโพงจำลองในรูปแบบสินค้าโอท็อปของที่ระลึก สัญลักษณ์ของคนบ้านเกาะกลางที่เกิดจากการริเริ่มของคุณตาหมาดตาม หมั่นค้า และได้รับการสืบทอดส่งต่อมายังคุณสมบุญรณ์ หมั่นค้าในรุ่นลูกจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีผ้าปาเต๊ะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตนโดยได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติวิถีชีวิตรอบตัว ผ่านการออกแบบลายผ้าอย่างมีสไตล์ที่โดดเด่นของ คุณยายประจิม เล็กดำที่มีบรรพบุรุษจากมาเลเซีย บ้านเกาะกลางแห่งนี้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนจะได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และได้มีประสบการณ์แท้จริงโดยตรงทดลองทำด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้านเรียนรู้ในวิถีชีวิตประมงแบบดั้งเดิม การทดลองทำผ้าปาเต๊ะหรือเรียนรู้การทำเรือหัวโพงจำลองจากเจ้าบ้าน รวมทั้งลิ้มลองรสชาติอาหารพื้นถิ่นจากอาหารทะเลสดๆ อาทิ หอยหวานต้มตะไคร้ แกงกะทิหอยจ๊อบแจง หอยรอกต้มกะทิที่รับประทานคู่กับผักสดปลอดสารพิษ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 อธิบายว่า “จากเดิมทำอาชีพประมง แล้วก็เลี้ยงปลา พอเค้ามีการท่องเที่ยวเราก็เห็นเรือผ่านหน้ากระซังอะไรต่างๆเค้าจะถ่ายรูป รูปป่า รูปกระซัง คนที่ให้อาหารปลาเราก็มองว่าเค้าเห็นเรามีค่านี้ พื้นถิ่นเราดูมีค่าเพราะว่าถ้าไม่มีค่า ถ้าไม่มีความสำคัญเค้าก็ไม่ลงมาดูจากนั้นก็คิด คือถ้าอย่างนั้นน่าจะเป็นจุดขายจุดหนึ่งของบ้านเรา ก็เลยคิดขึ้นมาตั้งแต่ปี .2545” (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ให้ข้อมูลว่า “การท่องเที่ยวที่นี่ก็มีมานานมีกิจกรรมท่องเที่ยวพาชายเลน นั่งเรือไปชม เรียนรู้การกระซังปลา กระซังปู สามารถนั่งเรือไปเที่ยวชมตามเกาะต่างๆได้ ค่าบริการก็เป็นรายได้ของคนเรือที่มีอาชีพประมงพื้นบ้านเป็นหลัก ท่องเที่ยวก็รายได้เสริม” (สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2558) ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 อธิบายว่า “ทำร้านอาหารที่นี่ เราก็ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เราก็เป็นคนบ้านเกาะกลาง มาตรฐานอะไรเราต้องทำตามกฎหมายหมด น้ำเสียที่นี่ต้องผ่านกระบวนการก่อนถึงจะปล่อยลงได้ ข้อตกลงที่คนเกาะกลางมีส่วนร่วมเป็นกฎเลยคือไม่ให้มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมีนเมา เราก็ช่วยกันดูแลเคร่งครัด คืออธิบายพูดกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจก่อน ว่าเราเป็นท้องถิ่นแบบมุสลิม บ้านเรามีกฎเรื่องนี้ ก็ขอกันพูดกับนักท่องเที่ยวอธิบายให้เข้าใจ เค้าก็ให้ความร่วมมือ คือนักท่องเที่ยวถ้าเคยมาหรือศึกษาพื้นที่มาก่อนก็จะเข้าใจก่อนอยู่แล้ว เรื่องท่องเที่ยว เรื่องอะไรก็มีการอบรมเรียนรู้ มีหน่วยงานสนับสนุนให้ไปอบรมเรียนรู้ ศึกษาดูงานเราก็ไป” (สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2558) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 ผู้ประกอบการด้านโฮมสเตย์ อธิบายว่า “ที่พักที่นี่มีหลายแบบ เราก็จะอธิบายก่อนให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ ที่โฮมสเตย์ก็จะมีกฎของกลุ่มและกฎสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องปฏิบัติโดยเฉพาะพวกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมีนเมานี้เป็นกฎสำคัญที่คนบ้านเกาะกลางต้องปฏิบัติ นักท่องเที่ยวติดต่อมาก็จะอธิบายให้เข้าใจก่อน หรือถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำการบ้านศึกษาพื้นที่มาก่อนก็เข้าใจเลย ถ้ามาพัก

โหมสเตอร์แบบที่อยู่บ้านเดียวกับเจ้าบ้านนทท่งเที่ยวก็จะได้ทำกิจกรรมกับเจ้าบ้านด้วย อาทิ ทำอาหารท้องถิ่น เรียนรู้วิถีแบบประมงพื้นบ้าน เรียนรู้การทำนาข้าวสังข์หยด เรียนรู้การทำผ้าปาเต๊ะ คือนักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเองได้ เราดูแลกันแบบที่น้องจะไม่คิดว่าเค้าเป็นนักท่องเที่ยว จะคิดว่าเค้ามาแบบเหมือนเพื่อนเหมือนญาติ คนที่นี่ก็จะต้อนรับยิ้มแย้มกันทุกคน เรื่องความปลอดภัยเราให้ความสำคัญมาก คนที่นี่ก็ช่วยกันดูแลนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างประเทศก็มาเยอะ เกาะกลางก็เป็นที่รู้จักระดับหนึ่งข้ามเรือประมาณ 15 นาทีจากตัวเมืองก็ถึง ก็อยากให้บ้านเกาะกลางเป็นวิถีแบบนี้ต่อไป” (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558) ผู้ประกอบการรถสามล้อรับจ้าง ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 อธิบายว่า “มีการท่องเที่ยวเข้ามาที่มีรายได้ดีขึ้น แต่ก็ในช่วงๆคือถ้าหน้าท่องเที่ยวช่วงหน้าร้อนและช่วงปลายปีคนมาเยอะรายได้ก็ดีขึ้น ที่นี่ก็มีเป็นคิว เทศบาลดูแลมีกฎระเบียบในกลุ่มมีเก็บเงินรายเดือนเป็นสวัสดิการและนำไปใช้จ่ายในเรื่องสาธารณะประโยชน์” (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558) ผู้ประกอบการเรือรับจ้าง “เรือรับจ้างที่นี่มีหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มก็มีควมมีกฎของตัวเอง ก็มีกฎระเบียบจะเน้นเรื่องความปลอดภัยไม่ให้บรรทุกน้ำหนักเกิน เทศบาลก็ดูแลอยู่ ท่องเที่ยวเข้ามารายได้ก็ดีขึ้น” (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558)

การท่องเที่ยวบ้านเกาะกลาง มีสินค้าที่โดดเด่นและเป็นภูมิปัญญาของคนพื้นถิ่น คือเรือหัวโจงจำลอง ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 “คือเรือหัวโจงเป็นภูมิปัญญาตั้งแต่รุ่นพ่อ ลักษณะของหัวเรือแบบนี้จะแหวกคลื่นได้ดีในฝั่งอันดามัน แรกเริ่มสมัยรุ่นพ่อก็คิดกันว่าบ้านเราจะเอาอะไรเป็นของฝากเวลาที่มีผู้ใหญ่ใครมาที่เกาะกลาง ก็มีการคิดทำเรือหัวโจงจำลองขึ้นใส่กล่องมอบให้เป็นของขวัญของที่ระลึก แรกๆทำก็ไม่มาก ต่อมาเริ่มมีนักท่องเที่ยวจากทางจังหวัดก็ทำไม่ทันกัน แต่ก่อนมีคนลอกเลียนแบบเหมือนกันแต่ก็หายไป ตอนนี้นุ่นลูกเราเลยไปจดทะเบียนการค้าวิธีการก็ต้องไปถามไถ่คนต่างพื้นที่ว่าเค้าต้องทำยังไง ตอนนั้นก็จดทะเบียนแล้ว นักท่องเที่ยวหรือใครมาอยากเรียนรู้ก็จะสอนให้เค้าลองทำได้เลย ติดต่อมาประสานมาเราก็ยินดี เราก็สืบทอดมาจากรุ่นพ่อ คนรุ่นใหม่เด็กรุ่นใหม่ก็มีมาเรียนรู้กันที่นี่ ก็ช่วยๆกันให้มีการสืบทอดให้มันต่อไปด้วย การออกแบบรูปแบบใหม่ๆก็มีไปอบรมเค้าให้เราคิดออกแบบรูปลักษณ์แต่ยังมีความเป็นเรือหัวโจงดั้งเดิมก็มี เช่นทำเป็นโคมไฟ การได้ไปออกบูธตามงานต่างๆ ก็ทำให้บ้านเกาะกลางเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น” (สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2558) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กลุ่มเกษตรกรข้าวสังข์หยด “ข้าวสังข์หยดพันธุ์มาจากพัทลุง แรกเริ่มเป็นโครงการมาทดลองปลูก ผลผลิตออกมาดี รสชาติอร่อยคือเราไม่เน้นขายแต่เน้นให้คนในพื้นที่มีข้าวที่มีคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอร่อยไว้กินกัน มีคณะมาศึกษาดูงานเยอะเราก็ถ่ายทอดความรู้ไป นักท่องเที่ยวมาเราก็พาไปเรียนรู้ ไปแปลงที่ปลูกแต่ก็ต้องประสานงานมาก่อนคือต้องมาในช่วงเพาะปลูกก็จะเข้าใจ หรือมาในช่วงเก็บเกี่ยวก็ได้เรียนรู้ว่าจะได้ลองเกี่ยวข้าวด้วยคือต้องติดต่อมาก่อน” (สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2558) ในส่วนของผ้าปาเต๊ะที่เป็นที่รู้จักของบ้านเกาะกลาง ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 อธิบายว่าที่นี่ผ้าปาเต๊ะมีหลายแบบ หลายลายลวดลายโดดเด่น เป็นพวกลายธรรมชาติก็มี คือนักท่องเที่ยวสามารถมาเรียนรู้ลองทำด้วยตัวเองได้ คิดลายออกแบบลายเองได้ ที่นี่เราจะมีออกแบบหลายสไตล์ให้ทันสมัยคือ มีแบบเสื่อผ้า ผ้าพันคอ สีสวยงามเหมาะกับหลายวัย วัยรุ่นก็ได้ เด็กรุ่นใหม่ๆที่นี้ก็มาเรียนรู้กัน เค้าก็ทำเป็น” (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558)

บ้านเกาะกลางยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของพื้นที่ ช่วยกันดูแลรักษาป่าชายเลนให้คงอยู่ วิถีชีวิตแบบมุสลิมยังคงได้รับการสืบทอดสานต่อมีกฎ 5 ข้อที่คนเกาะกลางรวมทั้งผู้

มาเยือนต้องยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด คือ 1) ไม่นำสิ่งเสพติดและของมีนเมาขึ้นมาบนเกาะ 2) ไม่นำอาหารประเภทหมูขึ้นมาบนเกาะ 3) ไม่นำสุนัขขึ้นมาบนเกาะ 4) ผู้หญิงไม่ควรใส่สายเดี่ยวหรือขาสั้นเกินไปจนเห็นต้นขา 5) ไม่ควรแสดงพฤติกรรมเชิงชู้สาวในที่สาธารณะ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ชุมชนบ้านเกาะกลางคงความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นถึงปัจจุบัน

### การวิเคราะห์การท่องเที่ยวบ้านเกาะกลาง โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม Structural Functionalism) ตามแนวคิดของทัลคอต พาร์สันส์

ทัลคอต พาร์สันส์ อธิบายโดยสรุปได้ว่า การศึกษาระบบสังคม เป็นการกระทำของ 5 ส่วน (Parsons and Smelser, 1984: 19) ประกอบด้วย (1) actor (2) situation (3) goals (4) means และ (5) actor's orientation รวมถึงการสอดแทรกอธิบายข้อจำเป็นเชิงหน้าที่ ประกอบด้วย (1) การปรับตัว (A: Adaptation) (2) การบรรลุเป้าหมาย (G: Goal Attainment) (3) บูรณาการ (I: Integration) (4) การรักษาแบบแผน (L: Latency) หรือเรียกว่า "GAIL" โดยอธิบายได้ดังนี้

การท่องเที่ยวบ้านเกาะกลาง เริ่มมาจากการรวมตัวของชาวบ้านใช้ชื่อกลุ่มว่า "กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวิถีชุมชน บ้านเกาะกลาง" เริ่มแนวคิดการทำกลุ่ม (actor) โดยคุณสมนึก เกาะกลางที่รวบรวมชาวบ้านแล้วมานั่งคุยกันแล้วก่อตั้งเป็นกลุ่มท่องเที่ยวขึ้น โดยผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 อธิบายว่า "จากเดิมทำอาชีพประมง แล้วก็เลี้ยงปลา พอเค้ามามีการท่องเที่ยวเราก็เห็นเรือผ่านหน้ากระชังอะไรต่างๆเค้าจะถ่ายรูป รูปป่า รูปกระชัง คนที่ให้อาหารปลา เราก็มองว่าเค้าเห็นเรามีค่านี้ พื้นที่เราดูมีค่าเพราะว่าถ้าไม่มีค่า ถ้าไม่มีความสำคัญเค้าก็ไม่ลงมาดู จากนั้นก็คิด คือถ้าอย่างนั้นน่าจะเป็นจุดขายจุดหนึ่งที่บ้านเรา ก็เลยคิดขึ้นมาตั้งแต่พ.ศ.2545 คือมันนาน แต่ชาวบ้านนี่เปลี่ยนแปลงยาก แล้วต่อมาก็เริ่มมีการจัดการใช้ชื่อท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวิถีชุมชน ก็มานั่งคุยกันกับชาวบ้านแรกๆไม่กี่คนว่า ถ้าเรามีการท่องเที่ยวเข้ามา เราก็ต้องหาวิธีการยังไง ก็มาคุยกัน คือถ้าเค้ามาได้พัก ก็มีค่าใช้จ่ายไปตามสมควร คือย่ำว่าอย่าให้ทุกคนคิดว่าเป็นการท่องเที่ยว เพราะถ้าคิดแบบนั้นมันก็จะเหมือนการแข่งขันกัน ให้คิดว่าเราทำเพื่อเพื่อน เพื่อความเป็นพี่น้อง คือเหมือนคิดว่าเค้าเป็นเพื่อนมาเยี่ยมญาติเยี่ยมเพื่อนต่างถิ่น เพราะรูปแบบอะไรเราก็ไม่มีมากมาย คือเอาตามสภาพวิถีเราย่างนั้น ก็ย่ำว่าอย่าไปคิดว่าเป็นการแข่งขันเพราะคนมีกำลังก็ทำอะไรไปเยอะแยะ คนที่ไม่มีก็ห้อย ก็เลยมานั่งคุยกันว่าบ้านไหนพร้อมสิบคนก็ว่ากันไปตามสภาพ ณ ตอนนั้น" (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558)

สถานการณ์ตอนนั้น (situation) ก็มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้นจากก่อนหน้านี้ นักท่องเที่ยวมีอยู่แล้ว ที่มาลองเรือ ถ่ายรูป สัมผัสธรรมชาติป่าชายเลน ชมวิถีชาวบ้าน แล้วก็มีนักท่องเที่ยวที่ขึ้นมาบนเกาะกลางส่วนหนึ่งที่เอาเครื่องตีมแอลกอฮอล์เอาเหล้ามาตีบนเกาะ ผู้หญิงบางคนใส่เสื้อสายเดี่ยวไม่เรียบร้อย มีนักท่องเที่ยวบางส่วนสร้างความลำบากใจให้ชุมชน เพราะที่ชุมชนบ้านเกาะกลางเป็นชุมชนมุสลิม มีหลักในการนับถือศาสนาอย่างเคร่งครัด คนในพื้นที่จึงเห็นพ้องต้องกันผ่านคณะกรรมการหมู่บ้านและเทศบาลตำบลคลองประสะ ออกเป็นกฎเหล็ก 5 ข้อ เป็นกฎของชุมชนจากแนวหลักคำสอนของศาสนาอิสลามที่มีบัญญัติไว้ เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวภาพรวมที่ทุกคนในพื้นที่มีเป้าหมายร่วมกัน (goals) คือ 1) ไม่นำสิ่งเสพติดและของมีนเมาขึ้นมาบนเกาะ 2) ไม่นำอาหารประเภทหมูขึ้นมาบนเกาะ 3) ไม่นำสุนัขขึ้นมาบนเกาะ 4) ผู้หญิงไม่ควร



ใส่สายเดี่ยวหรือขาสั้นเกินไปจนเห็นต้นขา 5) ไม่ควรแสดงพฤติกรรมเชิงชู้สาวในที่สาธารณะ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุมชนบ้านเกาะกลางมีความเข้มแข็งถึงปัจจุบัน โดยมีวิธีการ (means) คือ มีการทำเป็นป้ายติดประกาศไว้ บริเวณท่าเรือ บริเวณเส้นทาง ทางเดินในหมู่บ้าน รวมทั้งมีประกาศบอกไว้ใน การเข้าพักโฮมสเตย์ ร้านอาหารที่บนเกาะก็ให้ความร่วมมือเป็นไปในแนวทางเดียวกัน การปรับตัว (A: Adaptation) การปรับตัวการท่องเที่ยวที่บ้านเกาะกลางก็มีการปรับตัวในหลายๆส่วน อาทิ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ป่าชายเลนในพื้นที่ มีกลุ่มเรือหัวโทงที่เป็นของฝากของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวก็เปิดบ้านให้เป็นแหล่งเรียนรู้การทำเรือหัวโทง รถรับจ้างก็มีเบอร์ มีควมมีระบบบริหารจัดการภายใต้การควบคุมดูแลของเทศบาล และคนในพื้นที่ก็ช่วยกันดูแลความปลอดภัยให้แก่ นักท่องเที่ยว กลุ่มชาวนา ก็จัดทำการกลุ่มให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่คณะศึกษาดูงาน ที่มาเรียนรู้การทำข้าวสังข์หยดที่เกาะกลาง และด้วยที่บ้านเกาะกลางมีหลายกลุ่ม ในแต่ละกลุ่มก็มีการกระบวนกรพัฒนากลุ่มของตนเองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กลุ่มตั้งไว้ ทั้งในการอบรม ศึกษาดูงานในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มแล้วก็มีมารวมมือประสานงาน บูรณาการทำงาน เป็นเครือข่ายร่วมกัน (I: Integration) ในแต่ละโอกาส โดยมีเป้าหมาย (G: Goal Attainment) ที่ให้การท่องเที่ยวสร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพเป็นรายได้เสริมให้ชุมชน ในขณะเดียวกันชุมชนก็ยังรักษาความเป็นวิถีของชุมชนบ้านเกาะกลางโดยมีแนวทางจัดการในภาพรวมที่ตรงกันเป็นหลักการกฎของชุมชน 5 ข้อ ที่ออกโดยยึดตามบทบัญญัติหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม ที่เป็นหลักสำคัญ หลักใหญ่ที่สอนแนวทางการดำเนินชีวิตตั้งแต่เกิดจนตายที่มีส่วนสำคัญที่สุดที่ทำให้คนในพื้นที่บ้านเกาะกลางรักษาแบบแผน (L: Latency) ความเป็นวัฒนธรรม วิถีชุมชนมุสลิมไว้ได้

**การวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 ชุมชนโดยภาพรวม โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม Structural Functionalism) ตามแนวคิดของทัลคอต พาร์สันส์**

ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ในภาพรวมคือ (1) ผู้กระทำการ (actor) (2) การปรับตัว (A: Adaptation) (3) การบรรลุเป้าหมาย (G: Goal Attainment) (4) บูรณาการ (I: Integration) (5) การรักษาแบบแผน (L: Latency)

จากการลงพื้นที่ทั้ง 4 แห่ง วิเคราะห์ได้ว่า เป้าหมายที่ในแต่ละพื้นที่ทั้ง 4 แห่งมีเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ (goal) ต้องการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ให้ยังคงดำรงรักษา วัฒนธรรม วิถีชีวิตแบบชาวบ้าน รักษาทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ฟื้นฟู ให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมาเรียนรู้วิถีท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยทำกิจกรรมแลกเปลี่ยน เรียนรู้วัฒนธรรม ศิลปะหรือวิถีความเป็นท้องถิ่นร่วมกับคนในพื้นที่ ที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติมิตร พี่น้องด้วยรอยยิ้มน้ำใจไมตรีเพื่อให้ นักท่องเที่ยวประทับใจมาแล้วมาอีกจำความเป็นเฉพาะถิ่นที่พวกเขาารู้สึกภาคภูมิใจได้ ซึ่งสอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้กระทำการ (Actor) ผู้กระทำการภายในชุมชนที่มีบทบาทสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ที่ส่งเสริมผลักดันให้สมาชิกกลุ่มเกิดการปรับตัว

(Adaptation) โดยชุมชนได้รับองค์ความรู้จากนักวิชาการ หน่วยงานต่างๆที่มาสนับสนุนการเรียนรู้ และผู้กระทำการที่มีบทบาทสำคัญยิ่งอีกส่วนหนึ่ง คือการที่คนในชุมชนร่วมกันทำกิจกรรม ร่วมกันทำงานทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายเท ถ่ายทอดองค์ความรู้ซึ่งกันและกันซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนหลักที่ทำให้การท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนเคลื่อนไปข้างหน้าตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สำหรับผู้กระทำการภายนอกที่มีบทบาทสำคัญคือ หน่วยงานภายนอกที่มีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ให้คนในพื้นที่ โดยทำหน้าที่เป็นแหล่งส่งเสริมการเรียนรู้ ทั้งที่เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์กรมหาชน กระทรวงวัฒนธรรม กรมศิลปากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม อาทิ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หน่วยงานพัฒนาชุมชนในพื้นที่ที่มีการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนในลักษณะกลุ่มอาชีพ การทำสินค้าของที่ระลึก สถาบันองค์กรพัฒนาชุมชน (องค์กรมหาชน) กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น ในการให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณ องค์ความรู้ นักวิชาการ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้สะดวกปลอดภัย มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสถานที่ ภูมิทัศน์ หน่วยงานพัฒนาชุมชนในพื้นที่ที่มีการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนในลักษณะกลุ่มอาชีพ การทำสินค้าของที่ระลึก สภาองค์กรชุมชน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์กรมหาชน) ก็มีนโยบาย แนวทางการสนับสนุน กระบวนการให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นการท่องเที่ยวจังหวัดก็มีนโยบายพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โรงเรียนในพื้นที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างการเรียนรู้สืบทอดความเป็นท้องถิ่น มีหลักสูตรท้องถิ่นที่สอนเยาวชนในพื้นที่ให้เรียนรู้และร่วมกันรักษาฟื้นฟูภูมิปัญญาวัฒนธรรม วิถีชีวิต ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นไว้ เช่น มีหลักสูตรท้องถิ่นการสอนทำขนมยาหน้า ที่โรงเรียนน้ำเขียว หลักสูตรการสอนกิจกรรมลิเกฮูลู บ้านเชียงก็จะมีหลักสูตรที่โรงเรียนบ้านเชียงในพื้นที่สอน เช่น การปั้นหม้อเขียนสี การจักสาน การทำกระต๊อบข้าว การทอผ้า ที่บ้านนาต้นจั่นมีหลักสูตรการทอผ้า บ้านเกาะกลาง โรงเรียนอิสลามในท้องถิ่นก็จะถ่ายทอดกิจกรรมการเล่นที่เป็นความโดดเด่นของตนมุสลิม เช่น ลิเกฮูลู นอกจากนี้ครอบครัวก็ถือเป็นผู้กระทำการที่ถ่ายทอดความคิด องค์ความรู้ภูมิปัญญา รวมถึงการประกอบอาชีพตามวิถีชุมชนให้กับสมาชิกในครอบครัวและเวลาว่างสมาชิกครอบครัวที่ไม่ได้ไปโรงเรียนก็จะมาช่วยงานในครอบครัว เกิดความผูกพันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในครอบครัว

รูปแบบการทำงานของกลุ่มท่องเที่ยวก็มีส่วนสนับสนุน สร้างให้สมาชิกกลุ่มเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการทำงาน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีบูรณาการ (Integration) ความรู้ต่างๆเข้าด้วยกัน ทั้งความรู้ท้องถิ่นที่คนในชุมชนต้องเรียนรู้จากการช่วยกันค้นหา เก็บรวบรวมความรู้ โดยเกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ประสานใจ ประสานการทำงานร่วมกัน ทั้งนี้นอกจากกลุ่มที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวจะได้รับความรู้จากการสัมมนา ศึกษาดูงาน อบรมจากหน่วยงานแล้ว กลุ่มการท่องเที่ยวในพื้นที่ก็สามารถทำหน้าที่เป็นวิทยากรแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคณะที่มาศึกษาดูงานด้านการท่องเที่ยว หรือไปเป็นวิทยากรร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ประสบการณ์ความรู้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ

ทั้งนี้จากการศึกษาพื้นที่ คนในชุมชนจะมีส่วนร่วมเป็นผู้กระทำการให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรม การทำงานร่วมกัน ซึ่งก่อให้เกิดความสามัคคี การสร้างเสริมให้เกิดความเข้าใจอันดี ซึ่งแต่ในละพื้นที่ก็จะมีรูปแบบการทำงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ มีคณะทำงานบริหารจัดการในรูปแบบกลุ่มที่มีการทำงานเป็นระบบ แบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายๆ มีการประสานงานระหว่างกลุ่มเครือข่ายในพื้นที่โดยมีการจัดประชุมร่วมกันบ่อยครั้ง สม่ำเสมอ เพื่อเตรียมตัวต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาดูงานและประชุมเพื่อปรึกษาหารือประสานงาน บูรณาการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงานระหว่างกัน อาทิ ที่บ้านน้ำเขียวจะประชุมทุกวันที่ 3 ของเดือน โดยในทุกพื้นที่ก็จะมีการประชุมกลุ่มกันก่อนทุกครั้งเพื่อต้อนรับคณะ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ ก็มีส่วนสำคัญในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้คนในท้องถิ่นได้รับแนวคิด คำแนะนำ โดยคนในท้องถิ่นสามารถนำมาปรับใช้ ต่อยอดแนวคิด เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ได้ โดยวิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จากการมีการสนทนา ร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุย มีปฏิสัมพันธ์ทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน หรือการที่นักท่องเที่ยวเขียนคำแนะนำลงในสมุดบันทึกการเยี่ยมชม อาทิ การทำขนมยาหน้า ที่บ้านน้ำเขียว ซึ่งสามารถกินได้สองแบบ คือแบบสด และแบบแห้ง แบบสดมีลักษณะคล้ายข้าวเกรียบปากหม้อ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมได้ทดลองทำขนมและก็เสนอว่าน่าจะจะมีพริกชี้หูเป็นเครื่องเคียงด้วย คือจะเพิ่มรสชาติแก้เลี่ยน ซึ่งเจ้าบ้านผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรมก็รู้สึกที่นักท่องเที่ยวเสนอและจะนำความคิดไปต่อยอดแต่ก็ยังรักษาความเป็นดั้งเดิมของขนมยาหน้าไว้ หรือจากการบอกเล่าของประธานกลุ่มบ้านหม้อเขียนสี ที่ว่า เวลานั้นนักท่องเที่ยวมาवादลายตามฟรีสไตล์ของเค้า เราเห็นก็นำมาต่อยอดเพิ่มมาลายเดิมของเราให้มีลวดลายสวยแปลกตาได้เพิ่มขึ้นอีกลายหนึ่ง โดยที่เราก็ยังอนุรักษ์รักษาลายดั้งเดิมของเราไว้ หรืออย่างที่บ้านนาต้นจั่น คุณอุดร ลูกชายตาวงษ์ที่ทำตุ๊กตาบาร์โหน เล่าให้ฟังว่า มีสาวงามเมืองเหนือมาซื้อตุ๊กตา คือตุ๊กตาที่นี้ของเดิมมีผู้ชายอย่างเดียวเป็นแบบดั้งเดิมที่คุณตาวงษ์หรือพ่อทำไว้ ส่วนผมลูกชายมาเพิ่มให้มีตุ๊กตาแบบผู้หญิง วันนั้นจำได้สาวงามเมืองเหนือมา เราก็ถามว่าทำไมไม่ซื้อตุ๊กตาผู้ชาย ทำไมไม่ซื้อตุ๊กตาผู้หญิงไปด้วย เคื่อบอกว่าตุ๊กตาผู้หญิงหุ่่นไม่ตีเค้าไม่เอา ตั้งแต่นั้นคุณอุดรก็เลยต้องทำตุ๊กตาผู้หญิงให้เอวคอดลงและพอดีมีนักท่องเที่ยวว่าดการ์ตูนรูปหน้าคนได้จึงปรึกษากันว่าจะวาดหน้าตุ๊กตาให้เห็นด้านข้างยังไงให้สวยแล้วก็มีปรับปรุงพัฒนาตุ๊กตามาถึงทุกวันนี้ ตอนนีตุ๊กตาผู้หญิงใส่กระโปรงและตุ๊กตาผู้ชายก็ใส่กางเกงด้วย (สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2558) หรือการที่นักท่องเที่ยวเห็นกระต๊อบข้าวที่สานตามวิถีไทพวนที่บ้านเชียง นักท่องเที่ยวยังช่วยเจ้าบ้านคิดว่าน่าจะออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น โคมไฟ โดยยังมีลักษณะความเป็นกระต๊อบข้าวอยู่ “นักท่องเที่ยวบางทีมาลองทำลองสาน เคื่าก้บอกนำไปสานแบบโคมไฟได้ก็มิ บางทีก็มีออร์เดอร์ให้สานเป็นเครื่องใช้ประเภทอื่น” ไพจิตร จันดาตาล กลุ่มจักสานบ้านเชียง (สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2558) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวบางส่วนก็จะเขียนคำขอบคุณ ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นลงในสมุดบันทึกการเยี่ยมชม โดยชุมชนสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

ผู้กระทำการท่องเที่ยวในพื้นที่ทุกภาคส่วนทั้งบุคลากรภายในและภายนอกชุมชนมีส่วนร่วมสำคัญในการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่เกิดการปรับตัว โดยเนื้อหาของความรู้จะมาจากทั้งของตัวท้องถิ่นเองซึ่งแต่ละพื้นที่ก็จะแตกต่างกันไป ในประวัติศาสตร์ความเป็นมา เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา ดังกล่าวได้ว่าเป็นความรู้เฉพาะถิ่นที่คนในชุมชนต้องร่วมกัน

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ค้นหาความเป็นตัวตนของตนเอง และองค์ความรู้อีกส่วนหนึ่งจัดเป็นองค์ความรู้เฉพาะทางด้านการทำงานที่เกี่ยวข้องที่จำเป็นต้องได้รับจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้กระทำการท่องเที่ยวในพื้นที่ต้องร่วมกันบูรณาการองค์ความรู้ต่างๆเพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ชุมชน โดยยังคงรักษาความเป็นแบบแผนวิถีชุมชนไว้ (Latency) ให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน โดยยังคงดำรงรักษาแบบแผนวัฒนธรรม วิถีชีวิตแบบชาวบ้าน รักษา พื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ พื้นฟู วัฒนธรรม วิถีความเป็นชุมชน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงเรียนรู้ วัฒนธรรมวิถีท้องถิ่นอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเองร่วมแลกเปลี่ยน เรียนรู้วัฒนธรรม ศิลปะหรือวิถีความเป็นท้องถิ่นกับคนในพื้นที่ สร้างให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยเจ้าบ้านให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติมิตร พี่น้อง ด้วยรอยยิ้ม น้ำใจไมตรี ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจมาแล้วอีกจำความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของเจ้าบ้านที่เดินทางมาเยือนได้ตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นวัตถุประสงค์สำคัญของการทำวิจัยเรื่องนี้

## 6.2 การยกร่าง “แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”

### 6.2.1 คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ใน 3 องค์ประกอบ คือ “ความยั่งยืน” “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่” และ “ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” สรุปได้ดังนี้

**องค์ประกอบที่ 1 ความ“ยั่งยืน”** มี 25 ประการ ประกอบด้วย ประเด็นด้านการ“ทรัพยากร วัฒนธรรมและทรัพยากร ธรรมชาติ” 12 ประการ และประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ” 13 ประการ

ประเด็นด้านการ“ทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากร ธรรมชาติ” 12 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมขณะเดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง วัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดสามารถสัมผัสได้เข้าถึงได้ที่ปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ มีกิจกรรมประจำถิ่นที่ หลากหลาย รักษาความเป็นดั้งเดิมในเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น สร้างความตระหนักในคุณค่า มิติใหม่ๆและเคารพความแตกต่างระหว่างกัน ออกแบบรายการนำเที่ยว กิจกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยจัดให้มีกฎระเบียบ มาตรการ เพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ

ประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ” 13 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวมคือ มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ บริหารจัดการควบคุมให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่รองรับและจัดสรรรายได้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ จัด

ให้มีข้อตกลงร่วมกันใน สมาชิก ชุมชนและองค์กรภาคีเครือข่าย เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะของตนและมีรายได้จากการท่องเที่ยว มีแผนรองรับความปลอดภัยและข้อควรปฏิบัติแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบ กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ โดยการจัดกิจกรรมที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ได้รับบริการที่ประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย กิจกรรมที่น่าเสนอโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น กิจกรรมที่น่าเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรงอย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่ และสิ่งที่พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก คือ การคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและการนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยี/เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว

**องค์ประกอบที่ 2 การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่** มี 5 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ พัฒนามาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชนสะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริงจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและ วิถีชีวิตชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้จากการลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน / คนในท้องถิ่น / พื้นที่ รูปแบบ กิจกรรมมีความโดดเด่น น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไปเรียนรู้ รูปแบบการจัดกิจกรรมเรียนรู้ที่น่าเสนออาจจัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว วิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ / ภูมิปัญญา เป็นผู้มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้ น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า

**องค์ประกอบที่ 3 ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน** มี 4 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี คนในชุมชน / คนในพื้นที่ มีอัธยาศัยดีแสดงความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้ม ทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ / คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ / ชุมชนมอบให้นักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโต้ตอบกันได้ ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ เช่น อีเมล แชทไลน์ เฟสบุ๊ก ฯลฯ หรือจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน / พื้นที่

การเตรียมชุมชนเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ 5 ประเด็นหลัก คือ (1) ด้านพื้นที่ (2) ด้านบุคลากร (3) ด้านกิจกรรม (4) ด้านการให้บริการ (5) ด้านความปลอดภัย อธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

(1) **ด้านพื้นที่** มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว รักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา คงความเป็นหมู่บ้านดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เป็นจุดเด่น จุดขาย จัดให้มีที่พัก อาหาร ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ พร้อมบริการนักท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม รื่นรมย์ ลอดคล้องกับเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ มีการอนุรักษ์รักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ความหลากหลายระบบนิเวศน์ จัดให้มีพื้นที่เอนกประสงค์ใช้ (สำหรับลานกิจกรรม / ลานวัฒนธรรมของชุมชน / จุดรวมนักท่องเที่ยว (หมู่คณะ) เพื่อนำบรรยาย โดยมีอุปกรณ์เตรียมพร้อมเสมอ มีป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ให้ความรู้ข้อมูลต่างๆ ปรับปรุงถนนหนทางให้มีสภาพดี ติดไฟส่องสว่าง มีการคมนาคมเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก มีจุดศูนย์กลางให้คำแนะนำข้อมูลนักท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อ / ช่องทางต่างๆ

(2) **ด้านบุคลากร** สรุป ได้เป็น 3 ส่วนย่อย คือ ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ และส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ สรุปได้ดังนี้

**ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** คนในชุมชนมีการวางแผนร่วมกันจัดการท่องเที่ยว มีการร่วมกันวางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ เป็นฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ มีการประชุมเป็นประจำ / บ่อยครั้ง / มีการนั่งสนทนากลุ่ม หลังจากรับคณะนักท่องเที่ยว มีบุคลากรในพื้นที่ (วิทยากร) ที่ให้การต้อนรับ ให้ข้อมูลองค์ความรู้ (อาทิ ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มต้อนรับ มักคฤหบดีน้อย รวมถึงคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของบ้านที่ดี อธิบายให้ข้อมูลต่างๆ) มีวิทยากรสำรองไว้ทุกจุดกิจกรรม จัดบุคลากรให้เพียงพอ

**ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้อง มีองค์ความรู้สามารถอธิบาย ถ่ายทอดความรู้ บอกเล่า เชื่อมโยงเรื่องราวของท้องถิ่น (เช่น ประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต) ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและประทับใจ ให้บริการเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีจิตอาสา สามัคคี เสียสละ รักในงานบริการและพร้อมตลอดเวลา กล่าวพูด กล่าวอธิบาย ไม่ปรุงแต่งมาก พูดในสิ่งที่ชุมชนมี

**ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่** อบรมในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความปลอดภัย อบรมภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นประจำ ไปศึกษาดูงานพื้นที่ต่างๆ เพื่อมาพัฒนาชุมชนของตนเอง อบรมให้เข้าใจถ่องแท้ในเรื่องประวัติท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง ส่งเสริมอบรมให้มีการนำเทคโนโลยี มาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว / สร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น เป็นที่รู้จัก อบรมให้มีความรู้ความเข้าใจ ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

(3) **ด้านกิจกรรม** มีกิจกรรมในการอนุรักษ์ เรียนรู้ธรรมชาติ เรียนรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชุมชนท้องถิ่น มีกิจกรรมที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยเป็นกิจกรรมของพื้นที่จริงๆ เป็นจุดเด่น / จุดขาย ของชุมชน กิจกรรมมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้

และเลือกทำตามความเหมาะสม / ตามความสนใจ (อาทิ ปลูกป่าเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ การเรียนรู้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นดั้งเดิม อาจมีฐานการเรียนรู้ต่างๆ เช่น สมุนไพร วิชาชีพ กิจกรรมประจำวัน วิถีชีวิตของคนในชุมชน ลงแขกเกี่ยวข้าว ดำนา เก็บผักทำอาหาร รำวงชาวบ้าน ร่วมวงทานอาหารพื้นเมืองร่วมกับคนในท้องถิ่น ชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เรียนรู้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ของชุมชน นั่งรถอีแต่น ปั่นจักรยานชมวิถีชุมชน) เป็นกิจกรรมที่ทำให้ความรู้ ความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริงด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้านโดยเจ้าบ้านเป็นผู้สอน ผู้ถ่ายทอดความรู้ ในแต่ละกิจกรรม ต้องมีวิทยากรถ่ายทอดความรู้ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตามช่วงเวลา ตามฤดูกาล นำเสนอกิจกรรมใหม่ๆ น่าสนใจ มีการต่อยอดปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพิ่มเติม ไม่ให้ซ้ำซาก จำเจ จัดให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำกิจกรรม จัดให้มีการต้อนรับแบบดั้งเดิมของพื้นที่ (เช่น มีบายศรีสู่ขวัญ ร่วมรับประทานอาหารร่วมกับชาวบ้าน) กิจกรรมที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ไม่ควรมากจนเกินไป สำหรับการเรียนรู้ในวัน

(4) **ด้านกาารให้บริการ** บริการด้วยความจริงใจ เป็นไปตามความจริง ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น เหมือนมาเยี่ยมญาติ เป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับด้วยมิตรไมตรี ทักทาย ยิ้มแย้ม แจ่มใส บริการต้อนรับทุกคนเท่าเทียมกัน สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุข คุ่มค่ากับการมาเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้กลับมาอีก มีที่พักที่สะอาด ถูกสุขลักษณะได้มาตรฐานโฮมสเตย์ สินค้าและบริการยังคงความเป็นเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ชุมชน บริการอาหารสด สะอาดถูกหลักอนามัย มีบริการอาหารกลางให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เพราะบางคนกินอาหารพื้นถิ่นไม่ได้ นำเสนอราคาตามปกติ “สินค้าพื้นเมือง ราคาพื้นถิ่น” เสมอต้นเสมอปลาย ให้บริการอย่างเป็นมิตร

(5) **ด้านความปลอดภัย** คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยของพื้นที่ มีคำแนะนำ กฎกติกา กฎระเบียบ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติโดยเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย เตรียมพร้อมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ การล่องแพ ล่องเรือ ก็ต้องมีชูชีพในสภาพดีพร้อมใช้งาน ถ้าขี่ช้างนักท่องเที่ยวต้องคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง จัดให้มีบุคลากรชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) /อปพร. (อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน) คอยดูแล มีสุขอนามัยในเรื่อง อาหารการกิน ที่พัก ห้องน้ำ ห้องส้วมต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ มีแผนเผชิญเหตุและซักซ้อมสม่ำเสมอ ให้ค่านึงอยู่เสมอว่า นักท่องเที่ยว คือ แขก คือญาติมิตรพี่น้องเราคนหนึ่ง ความปลอดภัยในทุกด้านต้องพร้อมเสมอ มีการอบรมด้านความปลอดภัย เตรียมพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

## 6.2.2 สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 คือ สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ว่า ประเด็น “เนื้อหา/องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้องรู้แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (1) องค์ความรู้เฉพาะถิ่นและ (2) องค์ความรู้เฉพาะทาง

(1) องค์ความรู้เฉพาะถิ่น สรุปลงในภาพรวม คือ การสร้างให้เกิดองค์ความรู้ / เนื้อหาการเรียนรู้ที่ท้องถิ่น อาทิ คนในชุมชนต้องร่วมกันสร้างความภาคภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง การค้นหาความเป็นตัวตนของชุมชน การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ การรักษาภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่โดยการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง

วิธีการเรียนรู้คือคนในชุมชนเองต้องร่วมกันค้นหาประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง ทำการบันทึกจัดเก็บข้อมูล เรียนรู้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจร่วมกันอย่างถ่องแท้ โดยความรู้ในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นที่สำคัญ อาทิ ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ครอบครัว สถาบันการศึกษาในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ คือ เรียนรู้จากการที่คนในท้องถิ่นต้องได้ทำกิจกรรมได้ทำงานร่วมกัน การที่คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ให้บุคคลที่เป็นผู้รู้ (ครู) มีประสบการณ์จริง ผู้เฒ่าผู้แก่ ครูภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน ถ่ายทอดให้ความรู้แก่คนรุ่นใหม่ การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากครอบครัว เครือญาติ รุ่นสู่รุ่นโดยมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการสืบทอด การไปศึกษาดูงานต่างพื้นที่แล้วนำแนวคิด ความรู้มาถ่ายทอดให้คนในพื้นที่ หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมเยือนเพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดแนวคิด เป็นต้น และสิ่งที่สำคัญคือ ต้องเรียนรู้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชน/เจ้าของวัฒนธรรม

(2) องค์ความรู้เฉพาะทาง สรุปลงในภาพรวม คือ การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรม / จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่า การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของท้องถิ่น วิธีการสื่อความหมาย การอธิบายถ่ายทอดที่ถูกต้อง น่าสนใจให้มีสาระและบันเทิง การสื่อสารภาษาอาเซียน ภาษาอังกฤษ การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีการเรียนรู้ คือ การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม การประชุม/สัมมนา และการไปศึกษาดูงาน โดยชุมชนมีประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริงคนในชุมชน / คนในพื้นที่มีส่วนร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม สำหรับช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อให้เข้าถึงชุมชน อาทิ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุชุมชน และสื่อสิ่งพิมพ์

### 6.2.3 แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการลงพื้นที่กรณีศึกษา 4 ชุมชนโดยภาพรวม วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ตามแนวคิดของทัลคอต พาร์สันส์

จากการลงพื้นที่ทั้ง 4 แห่ง วิเคราะห์ได้ว่า เป้าหมายที่ในแต่ละพื้นที่ทั้ง 4 แห่งมีเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ ต้องการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ให้ยังคงดำรงรักษา



วัฒนธรรม วิถีชีวิตแบบชาวบ้าน รักษาทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป โดยใช้ การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ฟื้นฟู ให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมาเรียนรู้วิถีท้องถิ่น อย่างแท้จริง โดยทำกิจกรรมแลกเปลี่ยน เรียนรู้วัฒนธรรม ศิลปะหรือวิถีความเป็นท้องถิ่นร่วมกับคน ในพื้นที่ ที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติมิตร ฟังเรื่องราวรอยยิ้มน้ำใจไมตรีเพื่อให้ นักท่องเที่ยวประทับใจมาแล้วมาอีกจำความเป็นเฉพาะถิ่นที่พวกเขารู้สึกภาคภูมิใจได้ ซึ่งก็สอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้กระทำการ (actor) ผู้กระทำการภายในชุมชนที่มีบทบาทสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวที่มี บทบาทสำคัญในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ที่ส่งเสริมผลักดันให้สมาชิกกลุ่ม ชุมชนได้รับองค์ ความรู้จากนักวิชาการ หน่วยงานต่างๆที่มาสับสนุนการเรียนรู้ และผู้กระทำการที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง อีกส่วนหนึ่ง คือการที่คนในชุมชนร่วมกันทำกิจกรรม ร่วมกันทำงานทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถ่ายเท ถ่ายทอดองค์ความรู้ซึ่งกันและกันซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนหลักที่ทำให้การท่องเที่ยวในแต่ละชุมชน เคลื่อนไปข้างหน้าตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สำหรับผู้กระทำการภายนอกที่มีบทบาทสำคัญคือ หน่วยงาน ภายนอกที่มีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ให้คนในพื้นที่ โดยทำหน้าที่เป็นแหล่งส่งเสริมการเรียนรู้ ทั้งที่ เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน องค์กรมมหาชน กระทรวงวัฒนธรรม กรมศิลปากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยอ้อม อาทิ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หน่วยงาน พัฒนาชุมชนในพื้นที่ที่มีการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนในลักษณะกลุ่มอาชีพ การทำสินค้า ของที่ระลึก สถาบันองค์กรพัฒนาชุมชน (องค์กรมหาชน) กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น ในการให้ การสนับสนุนทั้งงบประมาณ องค์ความรู้ นักวิชาการ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินการ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้สะดวก ปลอดภัย มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีส่วนร่วมในการปรับปรุง สถานะที่ ภูมิทัศน์ หน่วยงานพัฒนาชุมชนในพื้นที่ที่มีการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนใน ลักษณะกลุ่มอาชีพ การทำสินค้าของที่ระลึก สถาองค์กรชุมชน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์กร มหาชน) ก็มีนโยบาย แนวทางการสนับสนุนกระบวนการให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การท่องเที่ยวจังหวัดก็มีนโยบายพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โรงเรียนในพื้นที่ที่มีส่วนสำคัญ อย่างยิ่งในการเสริมสร้างการเรียนรู้สืบทอดความเป็นท้องถิ่น มีหลักสูตรท้องถิ่นที่สอนเยาวชนในพื้นที่ ให้เรียนรู้และร่วมกันรักษาฟื้นฟูภูมิปัญญาวัฒนธรรม วิถีชีวิต ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นไว้ เช่น มีหลักสูตรท้องถิ่นการสอนทำขนมยาหน้า ที่โรงเรียนน้ำเขียว หลักสูตรการสอนกิจกรรมลิเกฮูลู บ้าน เชียงก็จะมีหลักสูตรที่โรงเรียนบ้านเชียงในพื้นที่สอน เช่น การปั้นหม้อเขียนสี การจักสาน การทำ กระติบข้าว การทอผ้า ที่บ้านนาต้นจั่นมีหลักสูตรการทอผ้า บ้านเกาะกลาง โรงเรียนอิสลามในท้องถิ่น ก็จะมีถ่ายทอดกิจกรรมการเล่นที่เป็นความโดดเด่นของตนมุสลิม เช่น ลิเกฮูลู นอกจากนี้ครอบครัว ก็ถือเป็นผู้กระทำการที่ถ่ายทอดความคิด องค์ความรู้ภูมิปัญญา รวมถึงการประกอบอาชีพตามวิถี ชุมชนให้กับสมาชิกในครอบครัวและเวลาว่างสมาชิกครอบครัวที่ไม่ได้ไปโรงเรียนก็จะมาช่วยงานใน ครอบครัว เกิดความผูกพันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในครอบครัว

รูปแบบการทำงานของกลุ่มท่องเที่ยวก็มีส่วนสนับสนุน สร้างให้สมาชิกกลุ่มปรับตัว (Adaptation) ปรับแนวคิดให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการบูรณาการ (Integration) ความรู้ต่างๆ เข้าด้วยกันเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการทำงาน ทำกิจกรรมร่วมกัน นอกจากกลุ่มที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวจะได้รับความรู้จากการสัมมนา ศึกษาดูงาน อบรมแล้ว กลุ่มการท่องเที่ยวในพื้นที่ก็สามารถทำหน้าที่เป็นวิทยากรแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคณะที่มาศึกษาดูงานด้านการท่องเที่ยว หรือไปเป็นวิทยากรร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ประสบการณ์ความรู้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ

ทั้งนี้จากการศึกษาพื้นที่ คนในชุมชนจะมีส่วนร่วมเป็นผู้กระทำการให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรม การทำงานร่วมกัน ซึ่งก่อให้เกิดความสามัคคี การสร้างเสริมให้เกิดความเข้าใจอันดี ซึ่งแต่ในละพื้นที่ก็จะมีรูปแบบการทำงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ มีคณะทำงานบริหารจัดการในรูปแบบกลุ่มที่มีการทำงานเป็นระบบ แบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายๆ มีการประสานงานระหว่างกลุ่มเครือข่ายในพื้นที่โดยมีการจัดประชุมร่วมกันบ่อยครั้งสม่ำเสมอ เพื่อเตรียมตัวต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาดูงานและประชุมเพื่อปรึกษาหารือประสานงาน บูรณาการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงานระหว่างกัน อาทิ ที่บ้านน้ำเขียวจะประชุมทุกวันที่ 3 ของเดือน โดยในทุกพื้นที่ก็จะมีการประชุมกลุ่มกันก่อนทุกครั้งเพื่อต้อนรับคณะ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ ก็มีส่วนสำคัญในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้คนในท้องถิ่นได้รับแนวคิด คำแนะนำ โดยคนในท้องถิ่นสามารถนำมาปรับใช้ ต่อยอดแนวคิด เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ได้ โดยวิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จากการมีการสนทนา ร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุย มีปฏิสัมพันธ์ทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน หรือการที่นักท่องเที่ยวเขียนคำแนะนำลงในสมุดบันทึกการเยี่ยมชม อาทิ การทำขนมยาหน้า ที่บ้านน้ำเขียว ซึ่งสามารถกินได้สองแบบ คือแบบสด และแบบแห้ง แบบสดมีลักษณะคล้ายข้าวเกรียบปากหม้อ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมได้ทดลองทำขนมและก็เสนอน่าจะมีพริกขี้หนูเป็นเครื่องเคียงด้วย คือจะเพิ่มรสชาติก็เปลี่ยน ซึ่งเจ้าบ้านผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรมก็รู้สึกที่นักท่องเที่ยวเสนอและจะนำความคิดไปต่อยอดแต่ก็ยังรักษาความเป็นดั้งเดิมของขนมยาหน้าไว้ หรือจากการบอกเล่าของประธานกลุ่มบ้านหม้อเขียนสี ที่ว่า เวลานั้นนักท่องเที่ยวมาวาดลายตามฟรีสไตล์ของเค้า เราเห็นก็นำมาต่อยอดเพิ่มลายเดิมของเราให้มีลวดลายสวยแปลกตาได้เพิ่มขึ้นอีกลายหนึ่ง โดยที่เรายังอนุรักษ์รักษาลายดั้งเดิมของเราไว้ หรืออย่างที่บ้านนาต้นจัน คุณอุดร ลูกชายตาวงษ์ที่ทำตุ๊กตาบาร์โหน เล่าให้ฟังว่า มีสาวงามเมืองเหนือมาซื้อตุ๊กตา คือตุ๊กตาที่นี้ของเดิมมีผู้ชายอย่างเดียวเป็นแบบดั้งเดิมที่คุณตาวงษ์หรือพ่อทำไว้ ส่วนผมลูกชายมาเพิ่มให้มีตุ๊กตาแบบผู้หญิง วันนั้นจำได้สาวงามเมืองเหนือมา เราก็ถามว่าทำไมซื้อแต่ตุ๊กตาผู้ชาย ทำไมไม่ซื้อตุ๊กตาผู้หญิงไปด้วย เค้าบอกว่าตุ๊กตาผู้หญิงหุ่นไม่ดีเค้าไม่เอา ตั้งแต่นั้นคุณอุดรก็เลยต้องทำตุ๊กตาผู้หญิงให้เอวคอดลงและพอดีมีนักท่องเที่ยววาดการ์ตูนรูปหน้าคนได้จึงปรึกษากันว่าจะวาดหน้าตุ๊กตาให้เห็นด้านข้างยังไงให้สวยแล้วก็มีมีการปรับปรุงพัฒนาตุ๊กตามาถึงทุกวันนี้ ตอนนี้อย่างตุ๊กตาผู้หญิงใส่กระโปรงและตุ๊กตาผู้ชายก็ใส่กางเกงด้วย (สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2558) หรือการที่นักท่องเที่ยวเห็นกระต๊อบข้าวที่สานตามวิถีไทพวนที่บ้านเชียง นักท่องเที่ยวยังช่วยเจ้าบ้านคิดว่าน่าจะออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น โคมไฟ โดยยังมีลักษณะความเป็นกระต๊อบข้าวอยู่ “นักท่องเที่ยวบางทีมาลองทำลองสาน เค้าก็บอกนำไปสานแบบโคมไฟได้ก็มี บางทีก็มีออร์เดอร์ให้สานเป็นเครื่องใช้ประเภทอื่น” ไพจิตร จันดาตาล กลุ่มจักสานบ้านเชียง (สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน

2558) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวบางส่วนก็จะเขียนคำขอขอบคุณ ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นลงในสมุดบันทึกการเยี่ยมชม โดยชุมชนสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

ผู้กระทำการท่องเที่ยวในพื้นที่ทุกภาคส่วนทั้งบุคลากรภายในและภายนอกชุมชนมีส่วนสำคัญในการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่เกิดการปรับตัว (Adaption) โดยเนื้อหาของความรู้จะมาจากทั้งของตัวท้องถิ่นเองซึ่งแต่ละพื้นที่ก็จะแตกต่างกันไป ในประวัติศาสตร์ความเป็นมา เอกลักษณะ อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา ดังกล่าวได้ว่าเป็นความรู้เฉพาะถิ่นที่คนในชุมชนต้องร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ค้นหาความเป็นตัวตนของตนเอง และองค์ความรู้อีกส่วนหนึ่งจัดเป็นองค์ความรู้เฉพาะทางด้านการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องได้รับจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้กระทำการท่องเที่ยวในพื้นที่ต้องร่วมกันบูรณาการองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ชุมชนให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน โดยยังคงดำรงรักษาแบบแผนวัฒนธรรม (Latency) วิถีชีวิตชุมชนชาวบ้าน รักษา พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์รักษา รักษา พื้นฟู วัฒนธรรม วิถีความเป็นชุมชน เอกลักษณะ อัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงเรียนรู้ วัฒนธรรมวิถีท้องถิ่นอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเองร่วมแลกเปลี่ยน เรียนรู้ วัฒนธรรม ศิลปะหรือวิถีความเป็นท้องถิ่นกับคนในพื้นที่ สร้างให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยเจ้าบ้านให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติมิตร พี่น้อง ด้วยรอยยิ้ม น้ำใจไมตรี ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจมาแล้วอีกจำความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของเจ้าบ้านที่เดินทางมาเยือนได้ตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นวัตถุประสงค์สำคัญของการทำวิจัยเรื่องนี้

#### 6.2.4 การประมวลผลเพื่อยก “ร่าง” แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชน

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาประมวลผลเพื่อยก “ร่าง” แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ดังนี้

**แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย**

(1) **ด้านพื้นที่** มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว รักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา คงความเป็นหมู่บ้านดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เป็นจุดเด่น จุดขาย จัดให้มีที่พัก อาหาร ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ พร้อมบริการนักท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม รื่นรมย์ ลอดคล้องกับเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ มีการอนุรักษ์รักษาสีเขียวธรรมชาติ ความหลากหลายระบบนิเวศน์ จัดให้มีพื้นที่เอนกประสงค์ใช้ (สำหรับลานกิจกรรม / ลานวัฒนธรรมของชุมชน / จุดรวมนักท่องเที่ยว (หมู่คณะ) เพื่อนำบรรยาย โดยมีอุปกรณ์เตรียมพร้อมเสมอ มีป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ให้ความรู้ข้อมูลต่างๆ ปรับปรุงถนนหนทางให้มีสภาพดี ติดไฟส่องสว่าง มีการคมนาคมเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก มีจุดศูนย์กลางให้คำแนะนำข้อมูลนักท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อ / ช่องทางต่างๆ

(2) **ด้านบุคลากร** สรุป ได้เป็น 3 ส่วนย่อย คือ ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ และส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ สรุปได้ดังนี้

**ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** คนในชุมชนมีการวางแผนร่วมกันจัดการท่องเที่ยว มีการร่วมกันวางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ เป็นฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ มีการประชุมเป็นประจำ / บ่อยครั้ง / มีการนั่งสนทนากลุ่ม หลังจากรับคณะนักท่องเที่ยว มีบุคลากรในพื้นที่ (วิทยากร) ที่ให้การต้อนรับ ให้ข้อมูลองค์ความรู้ (อาทิ ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มต้อนรับ มักคุเทศก์น้อย รวมถึงคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของที่ตีอธิบายให้ข้อมูลต่างๆ) มีวิทยากรสำรองไว้ทุกจุดกิจกรรม จัดบุคลากรให้เพียงพอ

**ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้อง มีองค์ความรู้สามารถอธิบาย ถ่ายทอดความรู้ บอกเล่าเชื่อมโยงเรื่องราวของท้องถิ่น (เช่น ประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต) ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและประทับใจ ให้บริการเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีจิตอาสา สามัคคี เสียสละ รักในงานบริการและพร้อมตลอดเวลา กล้าพูด กล้าอธิบาย ไม่ปรุงแต่งมาก พูดในสิ่งที่ชุมชนมี

**ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่** อบรมในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และความปลอดภัย อบรมภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นประจำ ไปศึกษาดูงานพื้นที่ต่างๆ เพื่อมาพัฒนาชุมชนของตนเอง อบรมให้เข้าใจองค์แห่งในเรื่องราวประวัติท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง ส่งเสริมอบรมให้มีการนำเทคโนโลยี มาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว / สร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น เป็นที่รู้จัก อบรมให้มีความรู้ความเข้าใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

**(3) ด้านกิจกรรม** มีกิจกรรมในการอนุรักษ์ เรียนรู้ธรรมชาติ เรียนรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชุมชนท้องถิ่น มีกิจกรรมที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยเป็นกิจกรรมของพื้นที่จริงๆ เป็นจุดเด่น / จุดขาย ของชุมชน กิจกรรมมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และเลือกทำตามความเหมาะสม / ตามความสนใจ (อาทิ ปลูกป่าเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ การเรียนรู้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นดั้งเดิม อาจมีฐานการเรียนรู้ต่างๆ เช่น สมุนไพร วิชาชีพ กิจกรรมประจำวัน วิถีชีวิตของคนในชุมชน ลงแขกเกี่ยวข้าว ดำนา เก็บผักทำอาหาร รำวงชาวบ้าน ร่วมวงทานอาหารพื้นเมืองร่วมกับคนในท้องถิ่น ชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เรียนรู้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ของชุมชน นั่งรถอีแต่น ปั่นจักรยานชมวิถีชุมชน) เป็นกิจกรรมที่ทำให้ความรู้ ความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริง ด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้านโดยเจ้าบ้านเป็นผู้สอน ผู้ถ่ายทอดความรู้ ในแต่ละกิจกรรม ต้องมีวิทยากรถ่ายทอดความรู้ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตามช่วงเวลา ตามฤดูกาล นำเสนอกิจกรรมใหม่น่าสนใจ มีการต่อยอดปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพิ่มเติม ไม่ให้ซ้ำซาก จำเจ จัดให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำกิจกรรม จัดให้มีการต้อนรับแบบดั้งเดิมของพื้นที่ (เช่น มีบายศรีสู่ขวัญ ร่วมรับประทานอาหารร่วมกับชาวบ้าน) กิจกรรมที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ไม่ควรมากจนเกินไป สำหรับการเรียนรู้ในวัน

**(4) ด้านการให้บริการ** บริการด้วยความจริงใจ เป็นไปตามความจริง ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น เหมือนมาเยี่ยมญาติ เป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับด้วยมิตรไมตรี ทักทาย ยิ้มแย้ม แจ่มใส บริการต้อนรับทุกคนเท่าเทียมกัน สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุข คุ้มค่ากับการมา

เที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้กลับมาอีก มีที่พักที่สะอาด ถูกสุขลักษณะได้มาตรฐานโฮมสเตย์ สินค้าและบริการยังคงความเป็นเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ชุมชน บริการอาหารสด สะอาดถูกหลักอนามัย มีบริการอาหารกลางวันให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เพราะบางคนกินอาหารพื้นถิ่นไม่ได้ นำเสนอราคาตามปกติ “สินค้าพื้นเมือง ราคาพื้นถิ่น” เสมอต้นเสมอปลาย ให้บริการอย่างเป็นมิตร

(5) **ด้านความปลอดภัย** คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยของพื้นที่ มีคำแนะนำ กฎกติกา กฎระเบียบ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติโดยเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย เตรียมพร้อมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ การล่องแพ ล่องเรือ ก็ต้องมีชูชีพในสภาพดีพร้อมใช้งาน ถ้าข้างนักท่องเที่ยวดูต้องคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง จัดให้มีบุคลากรชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) /อปพร. (อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน) คอยดูแล มีสุขอนามัยในเรื่อง อาหารการกิน ที่พัก ห้องน้ำ ห้องส้วมต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ มีแผนเผชิญเหตุและซักซ้อมสม่ำเสมอ ให้ค่านึงอยู่เสมอว่า นักท่องเที่ยว คือ แขก คือญาติมิตรพี่น้องเราคนหนึ่ง ความปลอดภัยในทุกด้านต้องพร้อมเสมอ มีการอบรมด้านความปลอดภัย เตรียมพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ให้ได้รับความรู้ เนื้อหา/องค์ความรู้ ที่บุคลากรในพื้นที่จำเป็นต้องรู้สร้างสรจำเป็นต้องรู้แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (1) เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะถิ่น และ (2) เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทาง

(1) เนื้อหา / องค์ความรู้เฉพาะถิ่นในภาพรวม คือ การสร้างให้เกิดองค์ความรู้ / เนื้อหาการเรียนรู้ท้องถิ่น อาทิ คนในชุมชนต้องร่วมกันสร้างความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ในคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง การค้นหาความเป็นตัวตนของชุมชน การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ การรักษาภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่โดยการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง

วิธีการเรียนรู้คือคนในชุมชนเองต้องร่วมกันค้นหาประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง ทำการบันทึกจัดเก็บข้อมูล เรียนรู้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจร่วมกันอย่างถ่องแท้ โดยความรู้ในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นที่สำคัญ อาทิ ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ครอบครัว สถาบันการศึกษาในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ คือ เรียนรู้จากการที่คนในท้องถิ่นต้องได้ทำกิจกรรมได้ทำงานร่วมกัน การที่คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ให้บุคคลที่เป็นผู้รู้ (กูรู) มีประสบการณ์จริง ผู้เฒ่าผู้แก่ ครูภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน ถ่ายทอดให้ความรู้แก่คนรุ่นใหม่ การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากครอบครัว เครือญาติ รุ่นสู่รุ่นโดยมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการสืบทอด การไปศึกษาดูงานต่างพื้นที่แล้วนำแนวคิด ความรู้มาถ่ายทอดให้คนในพื้นที่ หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมเยือนเพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดแนวคิด เป็นต้น และสิ่งที่สำคัญคือ ต้องเรียนรู้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชน/เจ้าของวัฒนธรรม

(2) เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทาง มีเนื้อหาในภาพรวม คือ การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรม / จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่า การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของท้องถิ่น วิธีการสื่อความหมาย การอธิบายถ่ายทอดที่ถูกต้อง น่าสนใจให้มีสาระและบันเทิง การสื่อสารภาษาอาเซียน ภาษาอังกฤษ การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีการเรียนรู้ คือ การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม การประชุม/สัมมนา และการไปศึกษาดูงาน โดยชุมชนมีประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริงคนในชุมชน / คนในพื้นที่มีส่วนร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม สำหรับช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อให้เข้าถึงชุมชน อาทิ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุชุมชน และสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญที่ต้องส่งเสริมผลักดันให้สมาชิกกลุ่ม/ ชุมชนได้รับองค์ความรู้จากนักวิชาการ หน่วยงานต่างๆที่มาสนับสนุนการเรียนรู้ และสนับสนุนให้คนในชุมชนร่วมกันทำกิจกรรม ร่วมกันทำงานทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดองค์ความรู้จากการได้ทำงาน ทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐต้องมีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ของบุคลากรโดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้คำปรึกษา แนะนำเป็นที่ปรึกษาให้กับชุมชน โดยสนับสนุน งบประมาณ บุคลากร องค์ความรู้ทางวิชาการท่องเที่ยว ในขณะที่ชุมชนท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง ประสบผลสำเร็จ ควรเป็นที่เลี้ยงถ่ายทอดประสบการณ์แนวทางให้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ นอกจากนี้ชุมชนควรนำข้อมูลจากการให้คำแนะนำของนักท่องเที่ยวจากการสนทนาพูดคุยทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเจ้าบ้าน หรือการเสนอแนะคำแนะนำในสมุดเยี่ยมมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงโดยพิจารณาให้เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และยังคงดำรงรักษาความเป็นตัวตนของชุมชน

การส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้ชุมชนมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นได้ ตามดำนิยามของกรมการท่องเที่ยว (2556)

โดยคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ใน 3 องค์ประกอบ คือ “ความยั่งยืน” “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่” และ “ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” สรุปได้ดังนี้

**องค์ประกอบที่ 1 ความ“ยั่งยืน”** มี 25 ประการ ประกอบด้วย ประเด็นด้านการ“ทรัพยากร วัฒนธรรมและทรัพยากร ธรรมชาติ” 12 ประการ และประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ” 13 ประการ

ประเด็นด้านการ“ทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากร ธรรมชาติ” 12 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมขณะเดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมจาก

ภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง วัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดสามารถสัมผัสได้เข้าถึงได้ปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ มีกิจกรรมประจำถิ่นที่ หลากหลาย รักษาความเป็นดั้งเดิมในเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น สร้างความตระหนักในคุณค่า มิติใหม่ๆ และเคารพความแตกต่างระหว่างกัน ออกแบบรายการนำเที่ยว กิจกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยจัดให้มีกฎระเบียบ มาตรการ เพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ

ประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ” 13 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวมคือ มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ บริหารจัดการควบคุมให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่รองรับและจัดสรรรายได้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ จัดให้มีข้อตกลงร่วมกันใน สมาชิก ชุมชนและองค์กรภาคีเครือข่าย เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะของตนและมีรายได้จากการท่องเที่ยว มีแผนรองรับความปลอดภัยและข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวทราบ กิจกรรมท่องเที่ยวที่นำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ โดยการจัดกิจกรรมที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ได้รับบริการที่ประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย กิจกรรมที่นำเสนอโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น กิจกรรมที่นำเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรงอย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่ และสิ่งที่พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก คือ การคำนึงถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยวและการนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยี/เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว

**องค์ประกอบที่ 2 การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่** มี 5 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ พัฒนามาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชนสะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริงจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและ วิถีชีวิตชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้จากการลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน / คนในท้องถิ่น / พื้นที่ รูปแบบ กิจกรรมมีความโดดเด่น น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไปเรียนรู้ รูปแบบการจัดกิจกรรมเรียนรู้ที่นำเสนออาจจัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว วิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ / ภูมิปัญญา เป็นผู้มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้ น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า

**องค์ประกอบที่ 3 ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน มี 4 ประการ** โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี คนในชุมชน / คนในพื้นที่ มีอัธยาศัยดีแสดงความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้ม ทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ / คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ / ชุมชนมอบให้นักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโต้ตอบกันได้ ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ เช่น อีเมล แชนไลน์ เฟสบุ๊ก ฯลฯ หรือจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน / พื้นที่





## บทที่ 7

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิเคราะห์สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

#### ตอนที่ 1 คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

คุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ใน 3 องค์ประกอบ คือ “ความยั่งยืน” “การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเอกลักษณ์ /อัตลักษณ์ เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่” และ “ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” สรุปได้ดังนี้

**องค์ประกอบที่ 1 ความ“ยั่งยืน”** มี 25 ประการ ประกอบด้วย ประเด็นด้านการ“ทรัพยากร วัฒนธรรมและทรัพยากร ธรรมชาติ” 12 ประการ และประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ” 13 ประการ

ประเด็นด้านการ“ทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากร ธรรมชาติ” 12 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ มีการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมขณะเดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง วัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดสามารถสัมผัสได้เข้าถึงได้ที่ปรากฏให้เห็นในวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ มีกิจกรรมประจำถิ่นที่ หลากหลาย รักษาความเป็นดั้งเดิมในเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น สร้างความตระหนักในคุณค่า มิติใหม่ๆและเคารพความแตกต่างระหว่างกัน ออกแบบรายการนำเที่ยว กิจกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการนำเสนอเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่และมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยจัดให้มีกฎระเบียบ มาตรการ เพื่อรักษาวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ

ประเด็น”ด้านการดำเนินงานจัดการ” 13 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวมคือ มีคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ บริหารจัดการควบคุมให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่รองรับและจัดสรรรายได้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ จัดให้มีข้อตกลงร่วมกันใน สมาชิก ชุมชนและองค์กรภาคีเครือข่าย เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว สมาชิกได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะของตนและมีรายได้จากการท่องเที่ยว มีแผนรองรับความปลอดภัยและข้อควรปฏิบัติแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบ กิจกรรมท่องเที่ยวที่นำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสมาชิกในรูปแบบต่างๆ โดยการจัดกิจกรรมที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ได้รับบริการที่ประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความมั่นคงและปลอดภัย

กิจกรรมที่นำเสนอโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจ ตื่นเต้น กิจกรรมที่นำเสนอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีสุขอนามัย ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ได้รับความรู้จากประสบการณ์ตรงอย่างแท้จริงสามารถเรียนรู้โดยลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน/คนในพื้นที่ และสิ่งที่พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญหรือจำเป็นในระดับมาก คือ การคำนึงถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยวและการนำอิเล็กทรอนิกส์-เทคโนโลยี/เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว

**องค์ประกอบที่ 2 การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่** มี 5 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ชุมชนนำเสนอ พัฒนามาจากองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชนสะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริงจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและ วิถีชีวิตชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้จากการลงมือทำด้วยตัวเองร่วมกับเจ้าบ้าน / คนในท้องถิ่น / พื้นที่ รูปแบบ กิจกรรมมีความโดดเด่น น่าสนใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจต้องการที่จะเดินทางไปเรียนรู้ รูปแบบการจัดกิจกรรมเรียนรู้ที่นำเสนออาจจัดให้มีเป็นหลักสูตรการสอน/การอบรม หรือพิจารณาจัดให้ตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว วิทยากรผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ / ภูมิปัญญา เป็นผู้มีทักษะการสอน การถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเชื่อมโยงเล่าเรื่องราวได้ น่าสนใจ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักในคุณค่า

**องค์ประกอบที่ 3 ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน** มี 4 ประการ โดยคุณลักษณะในภาพรวม คือ นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่มีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี คนในชุมชน / คนในพื้นที่ มีอัธยาศัยดีแสดงความเป็นมิตรไมตรี เช่น ยิ้ม ทักทาย มีน้ำใจ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ แสดงความสนใจ กระตือรือร้นในการรับฟัง ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันประทับใจ จดจำ มีของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ / คุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ / ชุมชนมอบให้นักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ ออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโต้ตอบกันได้ ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน / คนในพื้นที่ เช่น อีเมล แชนแนล เฟสบุ๊ก ฯลฯ หรือจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน / พื้นที่

การเตรียมชุมชนเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ 5 ประเด็นหลัก คือ (1) ด้านพื้นที่ (2) ด้านบุคลากร (3) ด้านกิจกรรม (4) ด้านการให้บริการ (5) ด้านความปลอดภัย อธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

(1) **ด้านพื้นที่** มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว รักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา คงความเป็นหมู่บ้านดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เป็นจุดเด่น จุดขาย จัดให้มีที่พัก อาหาร ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ พร้อมบริการนักท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม รื่นรมย์ ลอดคล้องกับเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ มีการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ความหลากหลายระบบนิเวศน์ จัดให้มีพื้นที่เอนกประสงค์ใช้ (สำหรับลานกิจกรรม / ลานวัฒนธรรมของชุมชน / จุดรวมนักท่องเที่ยว (หมู่คณะ) เพื่อนำบรรยาย

โดยมีอุปกรณ์เตรียมพร้อมเสมอ มีป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ให้ความรู้ข้อมูลต่างๆ ปรับปรุงถนนหนทางให้มีสภาพดี ติดไฟส่องสว่าง มีการคมนาคมเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก มีจุดศูนย์กลาง ให้คำแนะนำข้อมูลนักท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อ / ช่องทางต่างๆ

**(2) ด้านบุคลากร** สรุป ได้เป็น 3 ส่วนย่อย คือ ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ และ ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ สรุปได้ดังนี้

**ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** คนในชุมชนมีการวางแผนร่วมกันจัดการท่องเที่ยว มีการร่วมกันวางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ เป็นฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ มีการประชุมเป็นประจำ / บ่อยครั้ง / มีการนั่งสนทนากลุ่ม หลังจากรับคณบดีนักท่องเที่ยว มีบุคลากรในพื้นที่ (วิทยากร) ที่ให้การต้อนรับ ให้ข้อมูลองค์ความรู้ (อาทิ ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มต้อนรับ มักคุเทศก์น้อย รวมถึงคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของที่ดีอธิบายให้ข้อมูลต่างๆ) มีวิทยากรสำรองไว้ทุกจุดกิจกรรม จัดบุคลากรให้เพียงพอ

**ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้อง มีองค์ความรู้สามารถอธิบาย ถ่ายทอดความรู้ บอกเล่า เชื่อมโยงเรื่องราวของท้องถิ่น (เช่น ประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต) ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและประทับใจ ให้บริการเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีจิตอาสา สามัคคี เสียสละ รักในงานบริการและพร้อมตลอดเวลา กล่าวพูด กล่าวอธิบาย ไม่ปรุงแต่งมาก พูดในสิ่งที่ชุมชนมี

**ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่** อบรมในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และความปลอดภัย อบรมภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นประจำ ไปศึกษาดูงานพื้นที่ต่างๆ เพื่อมาพัฒนาชุมชนของตนเอง อบรมให้เข้าใจองค์ความรู้ในเรื่องประวัติท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง ส่งเสริมอบรมให้มีการนำเทคโนโลยี มาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว / สร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น เป็นที่รู้จัก อบรมให้มีความรู้ความเข้าใจ ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

**(3) ด้านกิจกรรม** มีกิจกรรมในการอนุรักษ์ เรียนรู้ธรรมชาติ เรียนรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชุมชนท้องถิ่น มีกิจกรรมที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยเป็นกิจกรรมของพื้นที่จริงๆ เป็นจุดเด่น / จุดขาย ของชุมชน กิจกรรมมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และเลือกทำตามความเหมาะสม / ตามความสนใจ (อาทิ ปลูกป่าเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ การเรียนรู้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นดั้งเดิม อาจมีฐานการเรียนรู้ต่างๆ เช่น สมุนไพร วิชาชีพ กิจกรรมประจำวัน วิถีชีวิตของคนในชุมชน ลงแขกเกี่ยวข้าว ดำนา เก็บผักทำอาหาร รำวงชาวบ้าน ร่วมวงทานอาหารพื้นเมืองร่วมกับคนในท้องถิ่น ชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เรียนรู้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ของชุมชน นั่งรถอีแต่น ปั่นจักรยานชมวิถีชุมชน) เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้ ความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริง ด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้านโดยเจ้าบ้านเป็นผู้สอน ผู้ถ่ายทอดความรู้ ในแต่ละกิจกรรม ต้องมีวิทยากร ถ่ายทอดความรู้ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตามช่วงเวลา ตามฤดูกาล นำเสนอ กิจกรรมใหม่ๆ น่าสนใจ มีการต่อยอดปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพิ่มเติม ไม่ให้ซ้ำซาก จำเจ จัดให้มีพื้นที่ที่

เหมาะสมในการทำกิจกรรม จัดให้มีการต้อนรับแบบดั้งเดิมของพื้นที่ (เช่นมีบายศรีสู่ขวัญ ร่วมรับประทานอาหารร่วมกับชาวบ้าน) กิจกรรมที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ไม่ควรมากจนเกินไป สำหรับการเรียนรู้ในวัน

(4) **ด้านการให้บริการ** บริการด้วยความจริงใจ เป็นไปตามความจริง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น เหมือนมาเยี่ยมญาติ เป็นเจ้าบ้านที่ต้อนรับด้วยมิตรไมตรี ทักทาย ยิ้มแย้ม แจ่มใส บริการต้อนรับทุกคนเท่าเทียมกัน สร้างความประทับใจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุข คำนึงกับการมาเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้กลับมาอีก มีที่พักที่สะอาด ถูกสุขลักษณะได้มาตรฐานโฮมสเตย์ สินค้าและบริการยังคงความเป็นเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ชุมชน บริการอาหารสด สะอาดถูกหลักอนามัย มีบริการอาหารกลางวันให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เพราะบางคนกินอาหารพื้นถิ่นไม่ได้ นำเสนอราคาตามปกติ “สินค้าพื้นเมือง ราคาพื้นถิ่น” เสมอต้นเสมอปลาย ให้บริการอย่างเป็นมิตร

(5) **ด้านความปลอดภัย** คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยของพื้นที่ มีคำแนะนำ กฎกติกา กฎระเบียบ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติโดยเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย เตรียมพร้อมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ การล่องแพ ล่องเรือ ก็ต้องมีชูชีพในสภาพดีพร้อมใช้งาน ถ้าชี้ช่างนักท่องเที่ยวต้องคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง จัดให้มีบุคลากรชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) /อปพร. (อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน) คอยดูแล มีสุขอนามัยในเรื่อง อาหารการกิน ที่พัก ห้องน้ำ ห้องส้วมต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ มีแผนเผชิญเหตุและซักซ้อมสม่ำเสมอ ให้ค่านึงอยู่เสมอว่า นักท่องเที่ยว คือ แขก คือญาติมิตรพี่น้องเราคนหนึ่ง ความปลอดภัยในทุกด้านต้องพร้อมเสมอ มีการอบรมด้านความปลอดภัย เตรียมพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

## ตอนที่ 2 สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สถานการณ์การเรียนรู้ของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ว่า ประเด็น “เนื้อหา/องค์ความรู้” ที่ชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้องรู้แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (1) องค์ความรู้เฉพาะถิ่นและ (2) องค์ความรู้เฉพาะทาง

(1) องค์ความรู้เฉพาะถิ่น สรุปในภาพรวม คือ การสร้างให้เกิดองค์ความรู้ / เนื้อหาการเรียนรู้ท้องถิ่น อาทิ คนในชุมชนต้องร่วมกันสร้างความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ในคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง การค้นหาความเป็นตัวตนของชุมชน การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ การรักษาภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่โดยการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง

วิธีการเรียนรู้คือคนในชุมชนเองต้องร่วมกันค้นหาประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง ทำการบันทึกจัดเก็บข้อมูล เรียนรู้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจร่วมกันอย่างถ่องแท้ โดยความรู้ในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นที่สำคัญ อาทิ ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ครอบครัว สถาบันการศึกษาใน

พื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ คือ เรียนรู้จากการที่คนในท้องถิ่นต้องได้ทำกิจกรรม ได้ทำงานร่วมกัน การที่คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ให้บุคคลที่เป็นผู้รู้ (ครู) มีประสบการณ์จริง ผู้เฒ่าผู้แก่ ครูภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน ถ่ายทอดให้ความรู้แก่คนรุ่นใหม่ การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากครอบครัว เครือญาติ รุ่นสู่รุ่นโดยมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการ สืบทอด การไปศึกษาดูงานต่างพื้นที่แล้วนำแนวคิด ความรู้มาถ่ายทอดให้คนในพื้นที่ หรือแลกเปลี่ยน เรียนรู้กับนักท่องเที่ยวนักเยี่ยมเยือนเพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดแนวคิด เป็นต้น และสิ่งที่สำคัญคือ ต้อง เรียนรู้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชน/เจ้าของวัฒนธรรม

(2) องค์ความรู้เฉพาะทาง สรุปในภาพรวม คือ การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่าง ยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ การบริการและ ความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรม / จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยว ตระหนักในคุณค่า การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของท้องถิ่น วิธีการสื่อ ความหมาย การอธิบายถ่ายทอดที่ถูกต้อง น่าสนใจให้มีสาระและบันเทิง การสื่อสารภาษาอาเซียน ภาษาอังกฤษ การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีการเรียนรู้ คือ การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม การประชุม/สัมมนา และการไปศึกษาดูงาน โดยชุมชนมีประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริงคนในชุมชน / คนในพื้นที่มีส่วนร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม สำหรับช่องทาง ที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อให้เข้าถึงชุมชน อาทิ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต วิทยุชุมชน และสื่อสิ่งพิมพ์

### ตอนที่ 3 แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามคำ นิยามการ “ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) สรุป “แนวทางการส่งเสริม การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นดังนี้

**การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** คนในชุมชนมีการวางแผนร่วมกัน จัดการท่องเที่ยว มีการร่วมกันวางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่ รับผิดชอบ เป็นฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ มีการประชุมเป็นประจำ / บ่อยครั้ง / มีการนั่งสนทนากลุ่ม หลังจากรับคณานักท่องเที่ยว มีบุคลากรในพื้นที่ (วิทยากร) ที่ให้การต้อนรับ ให้ข้อมูลองค์ความรู้ ( อาทิ ปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มต้อนรับ มีคฤหาสน์น้อย รวมถึงคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของที่ดี อธิบายให้ข้อมูลต่างๆ) มีวิทยากรสำรองไว้ทุกจุดกิจกรรม จัดบุคลากรให้เพียงพอ

**การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่** การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ให้ได้รับความรู้ เนื้อหา/องค์ ความรู้ ที่บุคลากรในพื้นที่จำเป็นต้องรู้แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (1) เนื้อหาองค์ความรู้ เฉพาะถิ่นและ (2) เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทาง

(1) เนื้อหา / องค์ความรู้เฉพาะถิ่นในภาพรวม คือ การสร้างให้เกิดองค์ความรู้ / เนื้อหาการ เรียนรู้ท้องถิ่น อาทิ คนในชุมชนต้องร่วมกันสร้างความภาคภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าความเป็น ชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา

ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง การค้นหาความเป็นตัวตนของชุมชน การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ การรักษาภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่โดยการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง

วิธีการเรียนรู้คือคนในชุมชนเองต้องร่วมกันค้นหาประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง ทำการบันทึกจัดเก็บข้อมูล เรียนรู้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจร่วมกันอย่างถ่องแท้ โดยความรู้ในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นที่สำคัญ อาทิ ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ครอบครัว สถาบันการศึกษาในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ คือ เรียนรู้จากการที่คนในท้องถิ่นต้องได้ทำกิจกรรมได้ทำงานร่วมกัน การที่คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ให้บุคคลที่เป็นผู้รู้ (ครู) มีประสบการณ์จริง ผู้เฒ่าผู้แก่ ครูภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน ถ่ายทอดให้ความรู้แก่คนรุ่นใหม่ การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากครอบครัว เครือญาติ รุ่นสู่รุ่นโดยมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการสืบทอด การไปศึกษาดูงานต่างพื้นที่แล้วนำแนวคิด ความรู้มาถ่ายทอดให้คนในพื้นที่ หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เยี่ยมเยือนเพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดแนวคิด เป็นต้น และสิ่งที่สำคัญคือ ต้องเรียนรู้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชน/เจ้าของวัฒนธรรม

(2) เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทาง มีเนื้อหาในภาพรวม คือ การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรม / จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่า การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของท้องถิ่น วิธีการสื่อความหมาย การอธิบายถ่ายทอดที่ถูกต้อง น่าสนใจให้มีสาระและบันเทิง การสื่อสารภาษาอาเซียน ภาษาอังกฤษ การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีการเรียนรู้ คือ การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม การประชุม/สัมมนา และการไปศึกษาดูงาน โดยชุมชนมีประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริงคนในชุมชน / คนในพื้นที่มีส่วนร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม สำหรับช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อให้เข้าถึงชุมชน อาทิ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต วิทยุชุมชน และสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญที่ต้องส่งเสริมผลักดันให้สมาชิกกลุ่ม/ชุมชนได้รับองค์ความรู้จากนักวิชาการ หน่วยงานต่างๆที่มาสนับสนุนการเรียนรู้ และสนับสนุนให้คนในชุมชนร่วมกันทำกิจกรรม ร่วมกันทำงานทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดองค์ความรู้จากการได้ทำงาน ทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐต้องมีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ของบุคลากรโดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้คำปรึกษา แนะนำเป็นที่ปรึกษาให้กับชุมชน โดยสนับสนุน งบประมาณ บุคลากร องค์ความรู้ทางวิชาการท่องเที่ยว มีการบรรจุแนวทางพัฒนาบุคลากรในแผนจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ควรเป็นหน่วยงานหลักที่ประสานงานให้คำแนะนำ องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวกับชุมชนเพราะเป็นหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ และมีบทบาทสำคัญตามกฎหมาย ในขณะที่ชุมชนท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง ประสบผลสำเร็จ ควรเป็นที่ปรึกษาถ่ายทอดประสบการณ์แนวทางให้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ นอกจากนี้ชุมชนควรนำข้อมูลจากการ

ให้คำแนะนำของนักท่องเที่ยวจากการสนทนาพูดคุยทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเจ้าบ้าน หรือการเสนอแนะคำแนะนำในสมุดเยี่ยมมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงโดยพิจารณาให้เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และยังคงดำรงรักษาความเป็นตัวตนของชุมชน

### อภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยม ขอบค้นพบจากการศึกษาพบว่า

(1) คุณลักษณะของชุมชน จากการศึกษาที่พบว่าคุณลักษณะของชุมชนที่พึงมีเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ อาทิ ต้องมีการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ ความเป็นวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การจัดสรรเงินรายได้ การดูแลความปลอดภัย เตรียมความพร้อมในทรัพยากรท่องเที่ยวและการบริการของพื้นที่ มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยมีกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ และมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวทางภารกิจหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยมุ่งเน้นให้มีการบริหารจัดการที่ยั่งยืนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และกระแสความต้องการของตลาดโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) และเป็นไปตามการบริหารในยุคโลกาภิวัตน์ของ อธิปัติย์ คลีสุนทร (มปป.) ที่อธิบายว่าการบริหารในปัจจุบันนอกจากจะใช้องค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบหลักเพื่อช่วยในการบริหาร คือ คน (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการจัดการ (Management) หรือที่รู้จักกันว่า 4 'M' แล้ว องค์ประกอบสำคัญในยุคปัจจุบันคือ IT ข้อมูลสารสนเทศ (Information) และเทคโนโลยี (Technology) ก็มีส่วนสำคัญมาก

(2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการศึกษาที่พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทสนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แท้จริงโดยตรง คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสร้างคุณค่าทางธรรมชาติ-วัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรม-รักษาธรรมชาติดั้งเดิม (เช่น สร้างสรรค์สินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับมรดกทางธรรมชาติ/วัฒนธรรมในขณะที่สืบทอดความเป็นดั้งเดิม รวมทั้งนำเสนอสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อสร้างจุดเด่น จุดขาย หรือสร้างความจดจำแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแสวงหาประสบการณ์ดั้งเดิมที่เป็นของแท้ และสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ตลาดต่างประเทศในปี 2558 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ที่อธิบายว่า จุดเน้นการดำเนินงานในแนวทางเชิงรุก คือ ชูเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) เป็นจุดขายที่แตกต่างโดดเด่น เน้นสินค้าเชิงประสบการณ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่า อาทิ สินค้าท่องเที่ยวชุมชน อาหารไทย สปา มวยไทย งานเทศกาล/ประเพณี และจากข้อค้นพบที่พบว่า การเสริมสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน จะมีการใช้

เทคโนโลยีสารสนเทศติดต่อสองทาง การสื่อสารแบบออนไลน์ทางอีเมล แชทไลน์ เฟสบุ๊ก หรือเว็บไซต์ของชุมชน สอดคล้องกับแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะ Social network และ Proconsumer โดยให้นักท่องเที่ยวสร้างเนื้อหาและบอกต่อกันเอง

(3) รูปแบบกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นำเสนอกิจกรรมที่มุ่งให้เกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านในเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ ลักษณะเฉพาะพื้นที่ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น/ลักษณะพิเศษเฉพาะพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในประสบการณ์ที่แท้จริงที่ชุมชนมี มีการให้คำแนะนำ การสื่อความหมายโดยวิทยากร ผู้สอน ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้/ภูมิปัญญา และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งให้ความสำคัญกับการสืบทอดเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ลักษณะเฉพาะถิ่นของพื้นที่ดั้งเดิมไว้ นำเสนอกิจกรรมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยชุมชน/เจ้าบ้านเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชน สะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องเป็นแนวทางที่จะช่วยแก้ปัญหา ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเคยได้ศึกษาปัญหาการท่องเที่ยวไว้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546) ว่า รูปแบบกิจกรรมของการท่องเที่ยวเกิดปัญหาการลอกเลียนแบบโดยเข้าใจผิดคิดว่าจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเกิดการลอกเลียนแบบกันให้เหมือนที่อื่นๆ จึงขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปัญหาด้านรูปแบบกิจกรรม ได้แก่ การจัดท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นผลตอบแทนที่เป็นเงินตรา ขาดการมีส่วนร่วม จึงทำให้กิจกรรมขาดเสน่ห์และขาดการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในสาระและความน่าสนใจของกิจกรรม เช่น การเล่นสงกรานต์บางแห่งรูปแบบกิจกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมโดยไม่รักษาเอกลักษณ์ไทย วัฒนธรรมไทยไว้ จึงทำให้ขาดบรรยากาศความประทับใจ และการละเล่นต่อชาวต่างประเทศในลักษณะการหยาบคาย ล้วงเกิน ก็เป็นสาเหตุที่นำไปสู่ภาวะเทศกาลเสื่อมโทรม การท่องเที่ยว

(4) รูปแบบกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมเรียนรู้ได้รับประสบการณ์ตรงจากชุมชน/เจ้าบ้านที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชน สะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้ในศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชนโดยที่นักท่องเที่ยวลงมือทำเอง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการเรียนรู้ตามอัยาศัย ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต สอดคล้องกับแนวคิดระพีพรรณ ทองหล่อและคนอื่นๆ (2549) อธิบายว่า แหล่งรวมภูมิปัญญาและหัตถศิลป์ที่ทรงคุณค่าสามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือส่งเสริมให้เกิดการศึกษาตามอัยาศัยได้ในอนาคต และจากข้อค้นพบที่ว่า การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะคำนึงถึงความสนุกสนาน เพลิดเพลิน นักท่องเที่ยว จะได้สาระพร้อมบันเทิง และได้รับการดูแลจากเจ้าบ้านด้วยอัยาศัยไมตรี สอดคล้องกับความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย ที่พบว่า จุดแข็งของไทยคือ ความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของประเทศในด้านวัฒนธรรม / ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสนุกสนาน และความเป็นไทย ความมีอัยาศัยไมตรี และจิตบริการ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของคนไทยและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558)

(5) องค์ความรู้ / เนื้อหาการเรียนรู้ จากการศึกษาที่พบว่าองค์ความรู้ / เนื้อหาการเรียนรู้ที่สำคัญประกอบด้วย เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะถิ่นและเนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทางด้าน



ท่องเที่ยว โดยเนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะถิ่นที่จำเป็นต้องเรียนรู้คือการค้นหาเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ลักษณะเฉพาะพื้นที่/เฉพาะถิ่น โดยให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ลักษณะทาง ภูมิศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมของพื้นที่/ชุมชน ในทฤษฎีของศรีศักร วัลลิโภดม (2557) ได้ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไว้ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าประวัติศาสตร์ระดับชาติ โดยให้ความเห็นสรุปได้ว่า ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นหรือระดับจุลภาคหรือประวัติศาสตร์ข้างล่างมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าประวัติศาสตร์ข้างบน ระดับมหภาคที่เน้นเรื่องราวระดับรัฐชาติ...ประวัติศาสตร์ข้างบนแลเห็นแต่ มิติทางการเมือง เศรษฐกิจ ส่วนประวัติศาสตร์จากข้างล่างแลเห็นมิติทางสังคม-วัฒนธรรม แลเห็นพื้นที่ซึ่งเรียกว่าท้องถิ่น มีคนหลายชาติพันธุ์ หลายศาสนาและประวัติความเป็นมาจากถิ่นต่างๆ ทั้งภายในหรือภายนอกเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่เดียวกัน โดยมีระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 ชั่วอายุคนลงมา จนแลเห็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน (ความสัมพันธ์ทางสังคม) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับ ธรรมชาติและสิ่งเหนือธรรมชาติ...สิ่งสำคัญของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นคือการแลเห็นความสัมพันธ์ทาง สังคมที่เน้นในเรื่องการเห็นหน้า ค่าตากัน...นับได้ว่าเป็นประวัติศาสตร์ที่มีชีวิต ซึ่งสังคมไทยมีอยู่แล้วใน วิถีธรรมชาติของความเป็นสังคมมนุษยชาติ แต่ขาดความตระหนักจึงไม่ทำอะไรให้เป็นระบบและ รูปแบบ

(6) “วิธีการเรียนรู้” ที่สำคัญของชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ หลังจากเที่ยวชม ศึกษาดูงาน ชุมชนมีประสบการณ์จากการทดลองปฏิบัติจริง และชุมชนท่องเที่ยวที่ เข้มแข็งก็สามารถถ่ายทอดเป็นวิทยากรให้ความรู้กับชุมชนอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดปิรามิดแห่ง การเรียนรู้ที่มาจากผลของการวิจัยของ National Training Laboratories (1969) อธิบายว่า กิจกรรมที่ต่างกันทำให้เราจดจำสิ่งที่ได้เรียนรู้ต่างกันไปด้วย คือ การเรียนรู้เรื่องหนึ่งในห้องเรียนจาก การฟังบรรยาย (Lecture) จะรับรู้ได้เพียง 5% เท่านั้น การอ่านทบทวน (Reading) ที่ได้ฟังไปแล้วจะ ทำให้จดจำเพิ่มขึ้นเป็น 10% การเรียนรู้จากภาพและเสียง (Audio-Visual) เช่น จากสื่อโทรทัศน์จะ ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ 20% การได้เห็นตัวอย่าง (Demonstration) จากประสบการณ์จริง ทำให้ เกิดการเรียนรู้ได้ 50% ส่วนการได้ทดลองปฏิบัติเอง (Practice by doing) จะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ ถึง 75% ทั้งนี้เพราะว่า การปฏิบัติเป็นการเรียนรู้ที่ผ่านประสบการณ์ตรงของเราเอง และหากถ้าได้ สอนผู้อื่นก็จะเป็นการเรียนรู้ที่มีพลังมากที่สุด (Teach others) ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากที่สุด ถึง 90% วิธีการเรียนรู้ที่ดีคือการได้ทดลองปฏิบัติจริงด้วยตนเองและการได้สอนผู้อื่น (อ้างถึงในวัฒนา สุทรธัยและสุวัฒน์ วัฒนวงศ์, 2555)

(7) แหล่งเรียนรู้ จากข้อค้นพบที่พบว่าแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญในชุมชน อาทิ โรงเรียนที่ถือเป็นกลไกสำคัญในการรักษาภูมิปัญญา เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของท้องถิ่นสอดคล้องกับงานวิจัย นฤมล ละครวงศ์ และอนุรักษ์ ปัญญานูวัฒน์ (2557: 44) ที่พบว่ากระบวนการจัดการเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรมของกลุ่ม ชาติพันธุ์ ปกาเกอญอ บ้านหนองมณฑา อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดเชิงใหม่ คือมี กระบวนการสร้างข้อตกลงร่วมกัน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของคนในชุมชน ตลอดจนการจัดการ การศึกษาโดยใช้โรงเรียนในชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาอัตลักษณ์ ทางวัฒนธรรม โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ได้แก่ ปัจจัยภายในชุมชน มีผู้รู้ ผู้อาวุโสในชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อน และปัจจัยภายนอกที่เข้ามามีส่วนร่วม คือ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ที่แท้จริงโดยมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่หรือชุมชนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน ผู้จัดการท่องเที่ยวต้องพัฒนาให้มีขึ้น โดยต้องให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวและจัดแจงให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ โดยนำจุดเด่นของวัฒนธรรมชุมชนมาปรับให้กลมกลืนสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน สร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวโดยหยิบยกเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับสินค้าและบริการนั้นๆมานำเสนอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าวัฒนธรรมผ่านสินค้าและบริการเหล่านั้นที่นำเสนอด้วยความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ ในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบปะปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นตามความสนใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทดลองทำกิจกรรมด้วยตนเอง ร่วมเรียนรู้กับคนในท้องถิ่น นำไปสู่ความเข้าใจในวัฒนธรรมวิถีชีวิตการดำรงอยู่ของคนในท้องถิ่น อาทิ การประกอบอาชีพ การผลิตสินค้า วิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยการเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรมด้วยตัวของนักท่องเที่ยวเอง จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในวิถีชีวิต คุณค่าวัฒนธรรมของคนในชุมชน จนมีความรู้สึกเสมือนเป็นคนในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเยือน

การเป็นจุดหมายปลายทางแห่ง “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ชุมชนจำเป็นต้องเรียนรู้องค์ความรู้ต่างๆที่เป็นองค์ความรู้เฉพาะถิ่นและองค์ความรู้เฉพาะทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ แม้การท่องเที่ยวจะเป็นรายได้เสริมแต่หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ต้องให้ความสำคัญและดูแลดำเนินการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยมีคณะกรรมการ / กลุ่มทำงานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเป็นระบบ ดูแลรักษาความเป็นอัตลักษณ์/เอกลักษณ์/ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ โดยสร้างสรรค์กิจกรรมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน อีกทั้งชุมชนต้องทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยรอยยิ้ม มิตรไมตรี ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นคงและปลอดภัย ภายใต้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อเตรียมพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางที่ดีและเข้มแข็ง โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเสมือนเครื่องมือในการสร้างรายได้เสริมและพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

## ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

### (1) ข้อเสนอแนะต่อชุมชน

ชุมชนที่สนใจเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถนำแนวทางเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ตามบริบทของพื้นที่ กรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะก็ให้ประสานงานกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ หรือประสานงานการท่องเที่ยวและกีฬาในพื้นที่เพื่อขอสนับสนุนงบประมาณ

แนวปฏิบัติคือให้ชุมชนมีคณะกรรมการกลุ่มทำงานด้านการท่องเที่ยวเพราะจากผลการศึกษาการมีคณะกรรมการของชุมชนด้านการท่องเที่ยวจะนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## (2) ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐบาล

จากข้อคำถามปลายเปิดในแบบสอบถามและการลงพื้นที่ มีข้อเสนอแนะส่งไปยังภาครัฐบาล ดังนี้ อยากให้ภาครัฐสนับสนุนด้านงบประมาณให้แก่กลุ่มท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยากให้ภาครัฐให้ความสำคัญ เข้ามามีส่วนสนับสนุนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างจริงจัง สนับสนุน ส่งเสริมให้มีการประสานงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาครัฐในพื้นที่และคนในชุมชนให้มีความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ยั่งยืน ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวพักโฮมสเตย์ในชุมชนที่เดินทางมาเยือน ให้ภาครัฐที่สนับสนุนงบประมาณเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสนับสนุนไปที่ชุมชนโดยตรง ส่วนบทบาทภาคท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเป็นพี่เลี้ยง ต้องให้คำแนะนำความรู้ด้านการท่องเที่ยวได้ และโครงการต่างๆให้ชาวบ้านร่วมด้วย ฝ่ายท้องถิ่น (คณะกรรมการหมู่บ้าน) และ ฝ่ายท่องเที่ยว (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ควรทำความเข้าใจซึ่งกันและกันและสร้างแนวทางที่ตรงกัน

## (3) ข้อเสนอแนะต่อนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะนักท่องเที่ยว คือ ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเที่ยว ควรศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่/ชุมชนที่จะเดินทางไปเยือน และอยากให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามา บันทึกข้อมูลที่เป็นจริงลงในสมุดบันทึก ชุมชนในพื้นที่จะได้นำข้อมูลไปแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวม จึงควรมีการศึกษาเชิงลึกรายภาคและมีการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของแต่ละภาค รวมทั้งการศึกษาการประยุกต์ใช้วิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมตามแต่ละภูมิภาค

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันส่งเสริมองค์ความรู้การท่องเที่ยวและการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวไทยในอนาคต หรือการปรับบทบาทของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วให้เป็นศูนย์ส่งเสริมองค์ความรู้การท่องเที่ยวและการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวไทยในระดับท้องถิ่นและประเทศ เพราะยังไม่มีสถาบันที่เป็นศูนย์กลางรวบรวมองค์ความรู้ต่างๆทางการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และโอกาสนี้ก็จะเป็นประโยชน์ให้เกิดความร่วมมือระหว่างอปท.กับชุมชนท้องถิ่นอย่างจริงจังเพื่อให้มีแนวทางด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกันไปทิศทางเดียวกันให้มากขึ้นโดยคำนึงถึงความยั่งยืน ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และถึงแม้การท่องเที่ยวจะเป็นรายได้เสริม แต่ก็ยังเป็นเครื่องมือหลักอย่างหนึ่งในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป

### ตอนที่ 3 แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(1) **ด้านพื้นที่** มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว รักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา คงความเป็นหมู่บ้านดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เป็นจุดเด่น จุดขาย จัดให้มีที่พัก อาหาร ห้องน้ำที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ พร้อมบริการนักท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม รื่นรมย์ ลอดคล้องกับเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ มีการอนุรักษ์รักษาสีงแวดล้อมธรรมชาติ ความหลากหลายระบบนิเวศน์ จัดให้มีพื้นที่เอนกประสงค์ใช้ (สำหรับลานกิจกรรม / ลานวัฒนธรรมของชุมชน / จุดรวมนักท่องเที่ยว (หมู่คณะ) เพื่อนำบรรยาย โดยมีอุปกรณ์เตรียมพร้อมเสมอ มีป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ให้ความรู้ข้อมูลต่างๆ ปรับปรุงถนนหนทางให้มีสภาพดี ติดไฟส่องสว่าง มีการคมนาคมเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก มีจุดศูนย์กลางให้คำแนะนำข้อมูลนักท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อ / ช่องทางต่างๆ

(2) **ด้านบุคลากร** สรุป ได้เป็น 3 ส่วนย่อย คือ ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่ และ ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ สรุปได้ดังนี้

**ส่วนที่หนึ่ง การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** คนในชุมชนมีการวางแผนร่วมกันจัดการท่องเที่ยว มีการร่วมกันวางแผนจัดสรรในเรื่องรายได้ มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ เป็นฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ มีการประชุมเป็นประจำ / บ่อยครั้ง / มีการนั่งสนทนากลุ่ม หลังจากรับคณะนักท่องเที่ยว มีบุคลากรในพื้นที่ (วิทยากร) ที่ให้การต้อนรับ ให้ข้อมูลองค์ความรู้ (อาทิ ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มต้อนรับ มักคุเทศก์น้อย รวมถึงคนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของที่ตีอธิบายให้ข้อมูลต่างๆ) มีวิทยากรสำรองไว้ทุกจุดกิจกรรม จัดบุคลากรให้เพียงพอ

**ส่วนที่สอง คุณลักษณะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชน / พื้นที่** ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้อง มีองค์ความรู้สามารถอธิบาย ถ่ายทอดความรู้ บอกเล่า เชื่อมโยงเรื่องราวของท้องถิ่น (เช่น ประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต) ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและประทับใจ ให้บริการเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีจิตอาสา สามัคคี เสียสละ รักในงานบริการและพร้อมตลอดเวลา กล่าวพูด กล่าวอธิบาย ไม่ปรุงแต่งมากพูดในสิ่งที่ชุมชนมี

**ส่วนที่สาม การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่** อบรมในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และความปลอดภัย อบรมภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นประจำ ไปศึกษาดูงานพื้นที่ต่างๆ เพื่อมาพัฒนาชุมชนของตนเอง อบรมให้เข้าใจถ่องแท้ในเรื่องประวัติท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง ส่งเสริมอบรมให้มีการนำเทคโนโลยี มาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว / สร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น เป็นที่รู้จัก อบรมให้มีความรู้ความเข้าใจ ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

(3) **ด้านกิจกรรม** มีกิจกรรมในการอนุรักษ์ เรียนรู้ธรรมชาติ เรียนรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชุมชนท้องถิ่น มีกิจกรรมที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยเป็นกิจกรรมของพื้นที่จริงๆ เป็นจุดเด่น / จุดขาย ของชุมชน กิจกรรมมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และเลือกทำตามความเหมาะสม / ตามความสนใจ (อาทิ ปลูกป่าเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ การเรียนรู้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นดั้งเดิม อาจมีฐานการเรียนรู้ต่างๆ เช่น

สมุนไพร วิชาชีพ กิจกรรมประจำวัน วิถีชีวิตของคนในชุมชน ลงแขกเกี่ยวข้าว ดำนา เก็บผักทำอาหาร รำวงชาวบ้าน ร่วมวงทานอาหารพื้นเมืองร่วมกับคนในท้องถิ่น ชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เรียนรู้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ของชุมชน นักรถอีแต๋น ปั่นจักรยานชมวิถีชุมชน) เป็นกิจกรรมที่ทำให้ความรู้ ความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำจริง ด้วยตนเองร่วมกับเจ้าบ้านโดยเจ้าบ้านเป็นผู้สอน ผู้ถ่ายทอดความรู้ ในแต่ละกิจกรรม ต้องมีวิทยากร ถ่ายทอดความรู้ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตามช่วงเวลา ตามฤดูกาล นำเสนอ กิจกรรมใหม่ๆ น่าสนใจ มีการต่อยอดปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพิ่มเติม ไม่ให้ซ้ำซาก จำเจ จัดให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำกิจกรรม จัดให้มีการต้อนรับแบบดั้งเดิมของพื้นที่ (เช่น มีบายศรีสู่ขวัญ ร่วมรับประทานอาหารร่วมกับชาวบ้าน) กิจกรรมที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ไม่ควรมากจนเกินไป สำหรับการเรียนรู้ในวัน

(4) **ด้านการให้บริการ** บริการด้วยความจริงใจ เป็นไปตามความจริง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น เหมือนมาเยี่ยมญาติ เป็นเจ้าบ้านที่ต้อนรับด้วยมิตรไมตรี ทักทาย ยิ้มแย้ม แจ่มใส บริการต้อนรับทุกคนเท่าเทียมกัน สร้างความประทับใจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุข คุ่มค่ากับการมาเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้กลับมาอีก มีที่พักที่สะอาด ถูกสุขลักษณะได้มาตรฐานโฮมสเตย์ สินค้าและบริการยังคงความเป็นเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ชุมชน บริการอาหารสด สะอาดถูกหลักอนามัย มีบริการอาหารกลางให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เพราะบางคนกินอาหารพื้นถิ่นไม่ได้ นำเสนอราคาตามปกติ “สินค้าพื้นเมือง ราคาพื้นถิ่น” เสมอต้นเสมอปลาย ให้บริการอย่างเป็นมิตร

(5) **ด้านความปลอดภัย** คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยของพื้นที่ มีคำแนะนำ กฎกติกา กฎระเบียบ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติโดยเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย เตรียมพร้อมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ การล่องแพ ล่องเรือ ก็ต้องมีชูชีพในสภาพดีพร้อมใช้งาน ถ้าชี้ข้างนักท่องเที่ยวต้องคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง จัดให้มีบุคลากรชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) /อปพร. (อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน) คอยดูแล มีสุขอนามัยในเรื่อง อาหารการกิน ที่พัก ห้องน้ำ ห้องส้วมต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ มีแผนเผชิญเหตุและซักซ้อมสม่ำเสมอ ให้คำนึงอยู่เสมอว่า นักท่องเที่ยว คือ แขก คือญาติมิตรพี่น้องเราคนหนึ่ง ความปลอดภัยในทุกด้านต้องพร้อมเสมอ มีการอบรมด้านความปลอดภัย เตรียมพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

การส่งเสริมบุคลากรในพื้นที่ให้ได้รับความรู้ เนื้อหา/องค์ความรู้ ที่บุคลากรในพื้นที่จำเป็นต้องรู้สร้างสรจำเป็นต้องรู้แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (1) เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะถิ่น และ (2) เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทาง

(1) เนื้อหา / องค์ความรู้เฉพาะถิ่น สรุปลงภาพรวม คือ การสร้างให้เกิดองค์ความรู้ / เนื้อหา การเรียนรู้ท้องถิ่น อาทิ คนในชุมชนต้องร่วมกันสร้างความภาคภูมิใจและตระหนักรู้ในคุณค่าความเป็นชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง การค้นหาความเป็นตัวตนของชุมชน การค้นหาความโดดเด่นของพื้นที่/คุณลักษณะของพื้นที่/เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่

การรักษาภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่ โดยการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมและยอมรับวัฒนธรรมที่มาจากภายนอกเพื่อนำมาปรับปรุง

วิธีการเรียนรู้คือคนในชุมชนเองต้องร่วมกันค้นหาประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่นของตนเอง ทำการบันทึกจัดเก็บข้อมูล เรียนรู้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจร่วมกันอย่างถ่องแท้ โดยความรู้ในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นที่สำคัญ อาทิ ผู้มีความรู้ในชุมชน เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ครอบครัว สถาบันการศึกษาในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ คือ เรียนรู้จากการที่คนในท้องถิ่นต้องได้ทำกิจกรรมได้ทำงานร่วมกัน การที่คนในชุมชน/คนในพื้นที่ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ให้บุคคลที่เป็นผู้รู้ (ครู) มีประสบการณ์จริง ผู้เฒ่าผู้แก่ ครูภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน ถ่ายทอดให้ความรู้แก่คนรุ่นใหม่ การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากครอบครัว เครือญาติ รุ่นสู่รุ่นโดยมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการสืบทอด การไปศึกษาดูงานต่างพื้นที่แล้วนำแนวคิด ความรู้มาถ่ายทอดให้คนในพื้นที่ หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมเยือนเพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดแนวคิด เป็นต้น และสิ่งที่สำคัญคือ ต้องเรียนรู้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชน/เจ้าของวัฒนธรรม

(2) เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทาง มีสรุปในภาพรวม คือ การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรม / จัดรายการนำเที่ยวสร้างให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่า การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของท้องถิ่น วิธีการสื่อความหมาย การอธิบายถ่ายทอดที่ถูกต้อง น่าสนใจให้มีสาระและบันเทิง การสื่อสารภาษาอาเซียน ภาษาอังกฤษ การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีการเรียนรู้ คือ การฝึกอบรม/หลักสูตรอบรม การประชุม/สัมมนา และการไปศึกษาดูงาน โดยชุมชนมีประสบการณ์ที่ได้รับจากการทดลองปฏิบัติจริงคนในชุมชน / คนในพื้นที่มีส่วนร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม สำหรับช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อให้เข้าถึงชุมชน อาทิ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (internet) วิทยุชุมชน และสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญที่ต้องส่งเสริมผลักดันให้สมาชิกกลุ่ม/ชุมชนได้รับองค์ความรู้จากนักวิชาการ หน่วยงานต่างๆ ที่มาสนับสนุนการเรียนรู้ และต้องสนับสนุนให้คนในชุมชนร่วมกันทำกิจกรรม ร่วมกันทำงานทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดองค์ความรู้จากการได้ทำงาน ทำกิจกรรมร่วมกัน ต้องมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ให้คำแนะนำ เป็นที่ปรึกษา เป็นพี่เลี้ยง โดยสนับสนุน งบประมาณ บุคลากร องค์ความรู้ทางวิชาการท่องเที่ยว จัดวิทยากรผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้กับชุมชน มีการบรรจุแนวทางพัฒนาบุคลากรในแผนจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ควรเป็นหน่วยงานหลักที่ประสานงานให้คำแนะนำ องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวกับชุมชนเพราะเป็นหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่และมีบทบาทสำคัญตามกฎหมาย ชุมชนท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง ประสบผลสำเร็จ ควรเป็นพี่เลี้ยงถ่ายทอดประสบการณ์แนวทางให้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ มีการประเมินผล โดยให้นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมประเมินเพื่อนำมาปรับปรุง โดยผ่านการพิจารณาเห็นชอบของคณะกรรมการกลุ่มทำงานท่องเที่ยวในพื้นที่

การส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้ชุมชนมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ประสิทธิภาพของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน ท้องถิ่น ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและ จดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นได้ ตามดำนิยามของกรมการท่องเที่ยว (2556)

## อภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่คำนึงถึงความยั่งยืน ข้อค้นพบ จากการศึกษาพบว่า

(1) คุณลักษณะของชุมชน จากการศึกษาที่พบว่าคุณลักษณะของชุมชนที่พึงมีเพื่อเป็น จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ อาทิ ต้องมีการดำเนินการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ของพื้นที่ ความเป็นวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การจัดสรรเงินรายได้ การดูแลความปลอดภัย เตรียมความพร้อมใน ทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการของพื้นที่ มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วม ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยมีกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ชาวไทยและชาวต่างประเทศ และมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ แนวทางภารกิจหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยมุ่งเน้นให้มี การบริหารจัดการที่ยั่งยืนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับ ศักยภาพของพื้นที่และกระแสความต้องการของตลาดโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) และเป็นไปตามการบริหารในยุคโลกาภิวัตน์ของ อธิปัติย์ คลีสุนทร (มปป.) ที่อธิบายว่าการบริหารใน ปัจจุบันนอกจากจะใช้องค์ ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบหลักเพื่อช่วยในการบริหาร คือ คน (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และ การจัดการ (Management) หรือที่รู้จักกันว่า 4 ‘M แล้ว องค์ประกอบสำคัญในยุคปัจจุบันคือ IT ข้อมูลสารสนเทศ (Information) และเทคโนโลยี (Technology) ก็มีส่วนสำคัญมาก

(2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการศึกษาที่พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศนักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์แท้จริงโดยตรง คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสร้างคุณค่าทาง ธรรมชาติ-วัฒนธรรมใหม่ๆ ในขณะที่สืบทอดวัฒนธรรม-รักษาธรรมชาติดั้งเดิม (เช่น สร้างสรรค์ สินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับมรดกทางธรรมชาติ/วัฒนธรรมในขณะที่สืบทอดความ เป็นดั้งเดิม รวมทั้งนำเสนอสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อสร้างจุดเด่น จุดขาย หรือ สร้างความจดจำแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแสวงหา ประสบการณ์ดั้งเดิมที่เป็นของแท้ และสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ตลาดต่างประเทศในปี 2558 ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ที่อธิบายว่า จุดเน้นการดำเนินงานในแนวทางเชิงรุก คือ ชู เอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) เป็นจุดขายที่แตกต่างโดดเด่น เน้นสินค้าเชิงประสบการณ์ที่

สร้างคุณค่าและมูลค่า อาทิ สินค้าท่องเที่ยวชุมชน อาหารไทย สปา มวยไทย งานเทศกาล/ประเพณี และจากข้อค้นพบที่พบว่า การเสริมสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน จะมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศติดต่อสองทาง การสื่อสารแบบออนไลน์ทางอีเมล แชทไลน์ เฟสบุ๊ก หรือเว็บไซต์ ของชุมชน สอดคล้องกับแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะ Social network และ Proconsumer โดยให้นักท่องเที่ยวสร้างเนื้อหาและบอกต่อกันเอง

(3) รูปแบบกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นำเสนอกิจกรรมที่มุ่งให้เกิดการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านในเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ ลักษณะเฉพาะพื้นที่ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น/ลักษณะพิเศษเฉพาะพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในประสบการณ์ที่แท้จริงที่ชุมชนมี มีการให้คำแนะนำ การสื่อความหมายโดยวิทยากร ผู้สอน ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้/ภูมิปัญญา และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งให้ความสำคัญกับการสืบทอดเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ลักษณะเฉพาะถิ่นของพื้นที่ดั้งเดิมไว้ นำเสนอกิจกรรมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน โดยชุมชน/เจ้าบ้านเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชน สะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องเป็นแนวทางที่จะช่วยแก้ปัญหา ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเคยได้ศึกษาปัญหาการท่องเที่ยวไว้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546) ว่า รูปแบบกิจกรรมของการท่องเที่ยวเกิดปัญหาการลอกเลียนแบบโดยเข้าใจผิดคิดว่าจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเกิดการลอกเลียนแบบกันให้เหมือนที่อื่นๆจึงขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปัญหาด้านรูปแบบกิจกรรม ได้แก่ การจัดท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นผลตอบแทนที่เป็นเงินตรา ขาดการมีส่วนร่วม จึงทำให้กิจกรรมขาดเสน่ห์และขาดการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในสาระและความน่าสนใจของกิจกรรม เช่น การเล่นสงกรานต์บางแห่งรูปแบบกิจกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมโดยไม่รักษาเอกลักษณ์ไทย วัฒนธรรมไทยไว้ จึงทำให้ขาดบรรยากาศความประทับใจ และการละเล่นต่อชาวต่างประเทศในลักษณะการหยาบคาย ล้วงเกิน ก็เป็นสาเหตุที่นำไปสู่ภาวะเทศกาลเสื่อมโทรม การท่องเที่ยว

(4) รูปแบบกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมเรียนรู้ได้รับประสบการณ์ตรงจากชุมชน/เจ้าบ้านที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่สืบทอดเป็นมรดกของชุมชน สะท้อน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณลักษณะของพื้นที่ นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้ในศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชนโดยที่นักท่องเที่ยวลงมือทำเอง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการเรียนรู้ตามอัยาศัย ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต ที่ระพีพรรณ ทองหล่อและคนอื่นๆ (2549) อธิบายว่า แหล่งรวมภูมิปัญญาและหัตถศิลป์ที่ทรงคุณค่า สามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือส่งเสริมให้เกิดการศึกษาตามอัยาศัยได้ในอนาคต และจากข้อค้นพบที่ว่า การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะคำนึงถึงความสนุกสนานเพลิดเพลิน นักท่องเที่ยว จะได้สาระพร้อมบันเทิง และได้รับการดูแลจากเจ้าบ้านด้วยอัยาศัยไมตรี สอดคล้องกับความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย ที่พบว่า จุดแข็งของไทยคือ ความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของประเทศในด้านวัฒนธรรม / ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสนุกสนาน และความเป็นไทย ความมีอัยาศัยไมตรี และจิตบริการ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของคนไทยและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558)



(5) องค์ความรู้ / เนื้อหาการเรียนรู้ จากการศึกษาที่พบว่าองค์ความรู้ / เนื้อหาการเรียนรู้ที่สำคัญประกอบด้วย เนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะถิ่นและเนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะทางด้านการท่องเที่ยว โดยเนื้อหาองค์ความรู้เฉพาะถิ่นที่จำเป็นต้องเรียนรู้คือการค้นหาเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ลักษณะเฉพาะพื้นที่/เฉพาะถิ่น โดยให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมของพื้นที่/ชุมชน ในทฤษฎีของศรีศักร วัลลิโภดม (2557) ได้ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าประวัติศาสตร์ระดับชาติ โดยให้ความเห็นสรุปได้ว่า ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นหรือระดับจุลภาคหรือประวัติศาสตร์ข้างล่างมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าประวัติศาสตร์ข้างบน ระดับมหภาคที่เน้นเรื่องราวระดับรัฐชาติ...ประวัติศาสตร์ข้างบนแลเห็นแต่มิติทางการเมือง เศรษฐกิจ ส่วนประวัติศาสตร์จากข้างล่างแลเห็นมิติทางสังคม-วัฒนธรรม แลเห็นพื้นที่ซึ่งเรียกว่าท้องถิ่น มีคนหลายชาติพันธุ์ หลายศาสนาและประวัติความเป็นมาจากถิ่นต่างๆ ทั้งภายในหรือภายนอกเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่เดียวกัน โดยมีระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 ชั่วอายุคนลงมาจนแลเห็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน (ความสัมพันธ์ทางสังคม) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติและสิ่งเหนือธรรมชาติ...สิ่งสำคัญของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นคือการแลเห็นความสัมพันธ์ทางสังคมที่เน้นในเรื่องการเห็นหน้า ค่าตากัน...นับได้ว่าเป็นประวัติศาสตร์ที่มีชีวิต ซึ่งสังคมไทยมีอยู่แล้วในวิถีธรรมชาติของความเป็นสังคมมนุษย์ชาติ แต่ขาดความตระหนักจึงไม่ทำอะไรให้เป็นระบบและรูปแบบ

(6) “วิธีการเรียนรู้” ที่สำคัญของชุมชนหรือพื้นที่ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ หลังจากเที่ยวชม ศึกษาดูงาน ชุมชนมีประสบการณ์จากการทดลองปฏิบัติจริง และชุมชนท่องเที่ยวที่เข้มแข็งก็สามารถถ่ายทอดเป็นวิทยากรให้ความรู้กับชุมชนอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดปิรามิดแห่งการเรียนรู้ที่มาจากผลของการวิจัยของ National Training Laboratories (1969) อธิบายว่า กิจกรรมที่ต่างกันทำให้เราจดจำสิ่งที่ได้เรียนรู้ต่างกันไปด้วย คือ การเรียนรู้เรื่องหนึ่งในห้องเรียนจากการฟังบรรยาย (Lecture) จะรับรู้ได้เพียง 5% เท่านั้น การอ่านบททวน (Reading) ที่ได้ฟังไปแล้วจะทำให้จดจำเพิ่มขึ้นเป็น 10% การเรียนรู้จากภาพและเสียง (Audio-Visual) เช่น จากสื่อโทรทัศน์จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ 20% การได้เห็นตัวอย่าง (Demonstration) จากประสบการณ์จริง ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ 50% ส่วนการได้ทดลองปฏิบัติเอง (Practice by doing) จะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ถึง 75% ทั้งนี้เพราะว่า การปฏิบัติเป็นการเรียนรู้ที่ผ่านประสบการณ์ตรงของเราเอง และหากถ้าได้สอนผู้อื่นก็จะเป็นการเรียนรู้ที่มีพลังมากที่สุด (Teach others) ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากที่สุดถึง 90% วิธีการเรียนรู้ที่ดีคือการได้ทดลองปฏิบัติจริงด้วยตนเองและการได้สอนผู้อื่น (อ้างถึงในวัฒนาสุนทรธัยและสุวัฒน์ วัฒนวงศ์, 2555)

(7) แหล่งเรียนรู้ จากข้อค้นพบที่พบว่าแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญในชุมชน อาทิ โรงเรียนที่ถือเป็นกลไกสำคัญในการรักษาภูมิปัญญา เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของท้องถิ่นสอดคล้องกับที่นฤมล ลกะวงศ์ และอนรรักษ์ ปัญญาวัฒน์ (2557: 44) ที่พบว่ากระบวนการจัดการเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่ม ชาติพันธุ์ ปกาเกอญอ บ้านหนองมณฑา อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดเชิงใหม่ คือมีกระบวนการสร้างข้อตกลงร่วมกัน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของคนในชุมชน ตลอดจนการจัดการศึกษาโดยใช้โรงเรียนในชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ได้แก่ ปัจจัยภายในชุมชน

มีผู้รู้ ผู้อาวุโสในชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อน และปัจจัยภายนอกที่เข้ามามีส่วนร่วม คือ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

แนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นแนวความคิดท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ที่แท้จริงโดยมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่หรือชุมชนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน ผู้จัดการท่องเที่ยวต้องพัฒนาให้มีขึ้น โดยต้องให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวและจัดแจงให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ โดยนำจุดเด่นของวัฒนธรรมชุมชนมาปรับให้กลมกลืนสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน สร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวโดยหยิบยกเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับสินค้าและบริการนั้นๆมานำเสนอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าวัฒนธรรมผ่านสินค้าและบริการเหล่านั้นที่นำเสนอด้วยความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบปะปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นตามความสนใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทดลองทำกิจกรรมด้วยตนเอง ร่วมเรียนรู้กับคนในท้องถิ่น นำไปสู่ความเข้าใจในวัฒนธรรมวิถีชีวิตการดำรงอยู่ของคนในท้องถิ่น อาทิ การประกอบอาชีพ การผลิตสินค้า วิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยการเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรมด้วยตัวของนักท่องเที่ยวเอง จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในวิถีชีวิต คุณค่าวัฒนธรรมของคนในชุมชน จนมีความรู้สึกเสมือนเป็นคนในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือน

การเป็นจุดหมายปลายทางแห่ง “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ชุมชนจำเป็นต้องเรียนรู้องค์ความรู้ต่างๆที่เป็นองค์ความรู้เฉพาะถิ่นและองค์ความรู้เฉพาะทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ แม้การท่องเที่ยวจะเป็นรายได้เสริมแต่หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ต้องให้ความสำคัญและดูแลดำเนินการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยมีคณะกรรมการ / กลุ่มทำงานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเป็นระบบ ดูแลรักษาความเป็นอัตลักษณ์/เอกลักษณ์/ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ โดยสร้างสรรค์กิจกรรมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน อีกทั้งชุมชนต้องทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยรอยยิ้ม มิตรไมตรี ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นคงและปลอดภัย ภายใต้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อเตรียมพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางที่ดีและเข้มแข็ง โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเสมือนเครื่องมือในการสร้างรายได้เสริมและพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

## ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

### (1) ข้อเสนอแนะต่อชุมชน

ชุมชนที่สนใจเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถนำแนวทางเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ตามบริบทของพื้นที่ กรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะก็ให้ประสานงานกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ หรือประสานงานการท่องเที่ยวและกีฬาในพื้นที่เพื่อขอสนับสนุนงบประมาณ

แนวปฏิบัติคือให้ชุมชนมีคณะกรรมการกลุ่มทำงานด้านการท่องเที่ยวเพราะจากผลการศึกษาการมีคณะกรรมการของชุมชนด้านการท่องเที่ยวจะนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## (2) ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐบาล

จากข้อคำถามปลายเปิดในแบบสอบถามและการลงพื้นที่ มีข้อเสนอแนะส่งไปยังภาครัฐบาล ดังนี้ อยากให้ภาครัฐสนับสนุนด้านงบประมาณให้แก่กลุ่มท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยากให้ภาครัฐให้ความสำคัญ เข้ามามีส่วนสนับสนุนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างจริงจัง สนับสนุน ส่งเสริมให้มีการประสานงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาครัฐในพื้นที่และคนในชุมชนให้มีความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ยั่งยืน ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวพักโฮมสเตย์ในชุมชนที่เดินทางมาเยือน ให้ภาครัฐที่สนับสนุนงบประมาณเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสนับสนุนไปที่ชุมชนโดยตรง ส่วนบทบาทภาคท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเป็นพี่เลี้ยง ต้องให้คำแนะนำความรู้ด้านการท่องเที่ยวได้ และโครงการต่างๆให้ชาวบ้านร่วมด้วย ฝ่ายท้องถิ่น (คณะกรรมการหมู่บ้าน) และ ฝ่ายท่องเที่ยว (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ควรทำความเข้าใจซึ่งกันและกันและสร้างแนวทางที่ตรงกัน

## (3) ข้อเสนอแนะต่อนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะนักท่องเที่ยว คือ ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเที่ยว ควรศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่/ชุมชนที่จะเดินทางไปเยือน และอยากให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามา บันทึกข้อมูลที่เป็นจริงลงในสมุดบันทึก ชุมชนในพื้นที่จะได้นำข้อมูลไปแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวม จึงควรมีการศึกษาเชิงลึกรายภาคและมีการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของแต่ละภาค รวมทั้งการศึกษาการประยุกต์ใช้วิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมตามแต่ละภูมิภาค

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันส่งเสริมองค์ความรู้การท่องเที่ยวและการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวไทยในอนาคต หรือการปรับบทบาทของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วให้เป็นศูนย์ส่งเสริมองค์ความรู้การท่องเที่ยวและการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวไทยในระดับท้องถิ่นและประเทศ เพราะยังไม่มีสถาบันที่เป็นศูนย์กลางรวบรวมองค์ความรู้ต่างๆทางการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และโอกาสนี้ก็จะเปิดประโยชน์ให้เกิดความร่วมมือระหว่างอปท.กับชุมชนท้องถิ่นอย่างจริงจังเพื่อให้มีแนวทางด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันให้มากขึ้นโดยคำนึงถึงความยั่งยืน ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และถึงแม้การท่องเที่ยวจะเป็นรายได้เสริม แต่ก็ยังเป็นเครื่องมือหลักอย่างหนึ่งในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ภาคผนวก (ก)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 57 ชุมชน/พื้นที่ ตามประกาศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและ  
กระทรวงการท่องเที่ยว  
ภาคเหนือ 20 ชุมชน

ลำดับที่	จังหวัด	ชื่อชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1	เชียงราย	ศูนย์การเรียนรู้บ้านสันกอง (บ้านปึก)
2	เชียงราย	โฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา
3	เชียงราย	บ้านรวมมิตรพัฒนา
4	เชียงราย	บ้านท่าขันทอง
5	เชียงใหม่	บ้านหอมสมุนไพร
6	เชียงใหม่	โฮมสเตย์บ้านโปง
7	เชียงใหม่	โฮมสเตย์บ้านสบวิน
8	เชียงใหม่	ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้านชนเผ่าม้ง บ้านแม่สาใหม่
9	เชียงใหม่	โฮมสเตย์บ้านหนองอาบช้าง
10	เชียงใหม่	บ้านควาญช้าง (ปางช้างแม่สา)
11	เชียงใหม่	โรงเรียนฝึกควาญช้าง บ้านช้างไทยแม่แตง
12	ลำพูน	อูโมงค์โฮมสเตย์
13	ลำพูน	กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด
14	ลำปาง	ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย
15	แม่ฮ่องสอน	ผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านบัวทิพย์
16	พะเยา	ชุมชนบ้านร่องไฮ
17	แพร่	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกร บ้าน กลางทุ่ง
18	น่าน	โครงการปิดทองหลังพระ บ้านเปียงซ้อ
19	สุโขทัย	บ้านนาต้นจั่น
20	อุทัยธานี	บ้านโคกหม้อ

ภาคผนวก (ก) (ต่อ)

## ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 12 ชุมชน

ลำดับ ที่	จังหวัด	ชื่อชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1	อุดรธานี	กลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบ้านเชียง
2	ชัยภูมิ	หมู่บ้านผ้าไหมบ้านด่อน
3	บุรีรัมย์	บ้านคอกแก้ว
4	บุรีรัมย์	บ้านโคกเมือง
5	บุรีรัมย์	บ้านหนองตาไก่
6	มหาสารคาม	กลุ่มท่าขอนยาง
7	มหาสารคาม	บ้านดงใหญ่
8	ยโสธร	ชุมชนคุ้มโองเหนือ วัดฟ้าหยาด
9	สุรินทร์	บ้านท่าสว่าง
10	นครพนม	บ้านท่าเรือ
11	กาฬสินธุ์	บ้านโพน
12	กาฬสินธุ์	หมู่บ้านพัฒนาวัฒนธรรมหนองห้าง

## ภาคกลาง 15 ชุมชน

ลำดับ ที่	จังหวัด	ชื่อชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1	กาญจนบุรี	ศูนย์เรียนรู้ครูภูมิปัญญาไทยไร่คุณมน
2	อยุธยา	หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โฮมสเตย์บ้านไทรน้อย
3	อ่างทอง	บ้านคลองขุนตำบลไผ่จำศีล
4	อ่างทอง	บ้านองคลักษณ์
5	อ่างทอง	ศูนย์ตุ๊กตาชาววัง ชุมชน บ้านบางเสด็จ
6	อ่างทอง	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการจักสานบ้านตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ
7	สมุทรสงคราม	วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์
8	สมุทรสงคราม	ชุมชนคลองโค่น (กลุ่มวิสาหกิจชมรมท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ คลองโค่น)

9	สมุทรสงคราม	กลุ่มหมู่บ้านเครื่องเบญจรงค์ ดอนไก่อติ (บ้านกลา
ลำดับ ที่	จังหวัด	ชื่อชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
10	สิงห์บุรี	วิสาหกิจชุมชนไทยหัตถศิลป์เครื่องทอง
11	จันทบุรี	วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนรักเขา บายศรี
12	จันทบุรี	แหลมสิงห์โฮมสเตย์
13	ตราด	บ้านน้ำเขียว
14	ตราด	กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตำบลห้วยแร้ง
15	เพชรบุรี	ชุมชนบางตะบูน

## ภาคใต้ 10 ชุมชน

ลำดับ ที่	จังหวัด	ชื่อชุมชน/พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1	สุราษฎร์ธานี	ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนคลองน้อย
2	สุราษฎร์ธานี	กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านยวนสาว
3	สุราษฎร์ธานี	บ้านพุมเรียง
4	สุราษฎร์ธานี	กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม อำเภอไชยา
5	นครศรีธรรมราช	กลุ่มเรือนไทยทักษิณา (ศูนย์การเรียนรู้เรือนไทย ทักษิณา) อำเภอ ชะอวด
6	พัทลุง	กลุ่มหัตถศิลป์แกะภาพหนังเมืองลุง
7	ตรัง	ชุมชนนาหมื่นศรี
8	สงขลา	บ้านเกาะยอ
9	กระบี่	ชุมชนบ้านเกาะกลาง
10	ปัตตานี	. บ้านปะเสยะวอ

รายการอ้างอิง





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์



## ภาษาไทย

กฤษฎา บุญชัย. พุทธณี กางกั้น และประภาพร สุขพรวรรกุล. (3538). กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ทิศทางไทย.

**การท่องเที่ยวไทยมีความสามารถในการแข่งขันแค่ไหน.** (2553). วารสาร Insight ฉบับที่ 10 ประจำเดือนมีนาคม. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (EIC: Economic Intelligence Center). ธนาคารไทยพาณิชย์.

กรมการท่องเที่ยว, กรม. (ม.ป.ป) **เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.** กรมการท่องเที่ยว. [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

<http://www.cbttthaidatabase.org/page/home.aspx> [2556, กันยายน 19].

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.** กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

[http://www.thaicreativetourism.com/detail\\_tour.php?id=1](http://www.thaicreativetourism.com/detail_tour.php?id=1) [2556, กันยายน 19].

การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. (2556) **ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น.**

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. (2556). **บัญชีแหล่งท่องเที่ยว.** กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [http://webapp.mots.go.th/travel\\_list.php](http://webapp.mots.go.th/travel_list.php) [2556, กันยายน 19].

การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. (2552). **วาระแห่งชาติว่าด้วยการท่องเที่ยว แผนยุทธศาสตร์สู่วิฤต**

**และ มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พ.ศ. 2552- 2555.** กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). **การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ :**

**รายงาน ชั้นสุดท้าย / จัดทำโดย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย**

กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป) **เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านน้ำเขียว จ.ตราด.** หลงรักประเทศไทย กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(ม.ป.ป) **เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี หลงรักประเทศไทย** กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.