

การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครสวรรค์

Developing Model of Creative Community Based Tourism Management
in Nakornsawan Province

รัตติยา เหนืออำนาจ*

Rattiya Promkan

พระเทพปริยัติเมธี**

Phratheppariyattimedhi

นัยนา เกติวิชัย***

Naiyana Girdwichai

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ประเทศไทย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Email : rattitik.prom@gmail.com

Received : August 21, 2019

Revised : August 26, 2019

Accepted : October 10, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๒๗ รูป/คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างซึ่งมีค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหาเท่ากับ ๑ และวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นตัวแบบจำลองและประเมินผลด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และการใช้ประโยชน์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน ๘ รูป/คน ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์อยู่ในระดับมาก-มากที่สุดทุกด้าน และวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำไปพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยว

* นางสาวรัตติยา เหนืออำนาจ Miss Rattiya Nuaamnat

** พระเทพปริยัติเมธี รองศาสตราจารย์ ดร. Phratheppariyatimethi, Asst. Prof. Dr.

*** ศาสตราจารย์พล.ต.ท.หญิง ดร.นัยนา เกติวิชัย Prof. Pol.Lt.Gen.Dr.Naiyana Kerdvichai

โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ CCBT=REALITYS (Creative Community Based Tourism= REALITYS) ประกอบด้วย ๓ ส่วน คือส่วนที่ ๑ แปดเหลี่ยม คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ มีองค์ประกอบ ๘ ด้าน ส่วนที่ ๒ ห้าเหลี่ยม คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ๕ กลุ่มคน ประกอบด้วย ชุมชน, เครือข่าย/ผู้ประกอบการ, ภาครัฐ, นักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนส่วนที่ ๓ ศักยภาพ ๓ ด้าน ๘ องค์ประกอบ ประกอบด้วยด้านที่ ๑ ศักยภาพด้านพื้นที่ ประกอบด้วย REAL R-Reciprocating แลกเปลี่ยนเรียนรู้, E-Experiencing ร่วมทำรู้จัก, A-Appreciating ตระหนักคุณค่า, L-Lifelong Learning พัฒนาสร้างสรรค์, ด้านที่ ๒ ศักยภาพด้านการจัดการ ประกอบด้วย IT-Technology การใช้เทคโนโลยี และด้านที่ ๓ ศักยภาพด้านคน ประกอบด้วย YS-Young Blood การสืบสาน รักษา และต่อยอด และ S- Service Mind การบริการด้วยใจ กลยุทธ์ ๔ ร ประกอบด้วย รุก รับ รอ และรา

คำสำคัญ: การพัฒนา, ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์, จังหวัดนครสวรรค์

Abstract

Objectives of this research were to develop a model of the creative community-based tourism in Nakornsawan Province. Methodology was the qualitative research collected data from 27 key informants with structured in-depth-interview transcript that had validity level at 1 and SWOT analysis to create a model that was evaluated for or correctness, appropriateness and practicality by 8 experts in tourism. The result was at high and highest level in all aspects. The TOWS Matrix was also analyzed to create the management model of the creative community-based tourism in Nakornsawan Province and data was also analyzed by descriptive interpretation. Findings were as follows: The management model of the creative community-based tourism in Nakornsawan Province: CCBT=REALITYS (Creative Community Based Tourism= REALITYS) consisted of 3 parts; Part 1 Octagon; the management of the creative community-based tourism in Nakornsawan Province consisted of 8 sides. Part 2 consisted of pentagon, people participating in the management of the creative community-based tourism in Nakornsawan Province consisted of 5 groups: community, network, entrepreneur, state agency, tourists and mass media. Part 3 capability in 3 areas with 8 components, consisting of area 1, area capability consisting of REALR: Reciprocating, exchange,

learning, Experiencing, cooperating, knowing, Appreciating, acknowledging, values, Lifelong learning, development, creation. Area 2, Management capability, consisting of ITI: Technology using capability and Area 3, Human capability, consisting of YS: Young blood; heritage, maintaining and extending and Service mind, giving service with heart and 4 R's strategy: proactive act, receiving, waiting and departing.

Keywords: Developing, Model of Tourism Management, Creative Community Based Tourism Management, Nakornsawan Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่น่าเอารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาผสมผสานเข้ากับศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวและของชุมชน ดังนั้น แนวคิดเรื่องนี้เป็นของใหม่แต่ก็ได้รับการยอมรับจากองค์การยูเนสโก (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) แล้วว่าเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ควรได้รับการสนับสนุนและปัจจุบันก็ได้มีการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาใช้เป็นกลไกการชักนำนักท่องเที่ยวให้ไปเยือน^๑ การนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มค่าและมูลค่านั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงไม่ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยีที่ทันสมัย หรือแรงงานจำนวนมากแต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรจะเป็นการนำปัจจัย ๔ ประการ คือ “ทุน” มาบวก กับ “ความคิดสร้างสรรค์” และผสมเข้ากับ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” และ “ทักษะเฉพาะตัว” ทั้ง ๔ ปัจจัยดังกล่าวนำมาสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว จุดสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในด้านวัฒนธรรมโดยมีวิธีการเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยวนับเป็นหัวใจสำคัญ^๒ ถือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยสร้างความยั่งยืนให้ชุมชนท้องถิ่นให้มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะเป็นการเปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

^๑ วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”, *ปรัชญาดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์*, (บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๕), หน้า ๓๑.

^๒ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, *องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ*, (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน): มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘), หน้า ๒๐๘-๒๐๙.

และร่วมกันพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ร่วมกัน^๓ จากการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นซึ่งเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine Participation) ที่ระบุว่าหน้าที่ประชาชนท้องถิ่นร่วมทำงานกับนักพัฒนาเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน โดยเป็นกระบวนการตัดสินใจของประชาชนและเป็นการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตัวของประชาชนท้องถิ่นเอง ทำให้เกิดอำนาจ และการควบคุมกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกคนในหมู่บ้าน ลักษณะการวางแผนโครงการจะเป็นลักษณะการวางแผนจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน (Bottom-up Planning) ซึ่งนับว่าเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่พึงปรารถนามากที่สุด นอกจากนั้นการดำเนินงานจะเกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เนื่องจากการเปิดโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชนท้องถิ่นเอง รวมทั้งมีการสร้างส่วนแบ่งให้กับสมาชิกโครงการซึ่งสามารถสร้างจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของให้กับประชาชนทุกคนและมีการกระจายรายได้ไปอย่างทั่วถึงอย่างมีกฎเกณฑ์ตามข้อตกลง อีกทั้งเป็นการพัฒนาที่เป็นแนวคิดจากผู้นำชุมชนนั่นเอง

การท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวของโลก แม้จะยังไม่มีผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ที่ชัดเจน แต่สามารถกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยรวมนั้นจะมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี การจัดการท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์จะให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฯ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)^๔ ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ ชนบธรรมเนียนประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่บ่งบอกเอกลักษณ์ชุมชน^๕ แต่ในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวแต่ยังเป็นการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะแยกส่วน ไม่มีความเชื่อมโยง สัมพันธ์กัน ไม่มีแก่นเรื่องที่จะสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวหรือกลับมาเที่ยวซ้ำได้ ส่งผลให้การท่องเที่ยวขาดความต่อเนื่องและพัฒนาเป็นส่วน ๆ ในระยะยาวชุมชนก็ไม่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจนก่อให้เกิดการดุดกถิ่นวัฒนธรรมหรือย้ายถิ่นฐานได้ แม้แหล่งท่องเที่ยวจะมีศักยภาพและมีความพร้อมเพียงใด หากแต่ยังอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด

^๓ Richards, G, "Tourism development trajectories-From Culture to Creativity?", Paper presented to the Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism, Jeju Island, Republic of Korea, June 3-5, 2009: 42, (Mimeographed).

^๔ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, "ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)", ราชกิจจานุเบกษา ๑๓๓ (ธันวาคม ๒๕๕๙) : ๙๔.

^๕ วรภพ วงศ์รอด, "แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์", วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒๖ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๗) : ๑๓.

การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนแทนที่การนำรายได้กลับมาพัฒนาชุมชนบนฐานการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนก็จะไม่สามารถทำให้ประชาชนสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเกิดการจัดการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนได้ ดังนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงเส้นทางศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม และรูปแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ก็จะเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาเพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิผล และสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน อันจะเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ และการประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น ๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

วิธีการวิจัย

การวิจัย “การพัฒนาต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีกระบวนการ ดังนี้

๑) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ถูกเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและตัวแทนชุมชน จำนวน ๒๗ รูป/คน จำแนกเป็น ๖ ด้าน สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประกอบด้วย ด้านองค์กรภาครัฐท้องถิ่น หรือภาคีเครือข่าย เป็นผู้แทนจากองค์กรท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายในพื้นที่, ด้านผู้นำชุมชน หรือปราชญ์ท้องถิ่น, นักวิชาการท้องถิ่น, ด้านภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว, ประชาชน และชุมชน และนักท่องเที่ยว รวมถึงการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ตัวแปรศึกษาคือแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา

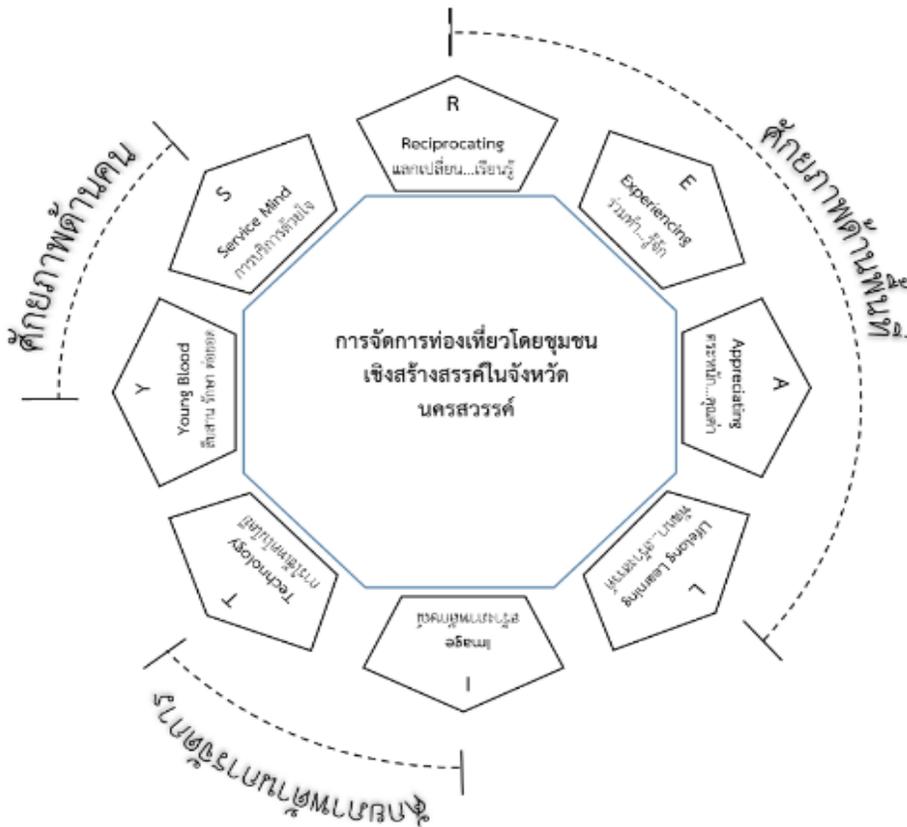
๒) การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดแล้ว ก็จะนำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบแมทริกซ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดเพื่อกำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ ๔ ร ประกอบด้วย รุก (กลยุทธ์เชิงรุก (เร่ง รุก บุกเร็ว) (SO)), รับ (กลยุทธ์

เชิงรับ (ตั้ง รับ ปรับแก้ไข) (WO)), รอ (กลยุทธ์เชิงป้องกัน (รั้ง รอ ขอจังหวัด) (ST)), และรา (กลยุทธ์หลีกเลี่ยง (เลิก รา หาแผนใหม่) (WT))

๓) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) กับผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ศาสนา ปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และภาคเอกชน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และการสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) รวมถึงการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์อย่างรอบด้านด้วยความละเอียดลึกซึ้ง จำนวน ๘ รูป/คน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลจากการนำตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเข้าสู่การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน ๘ รูป/คน เพื่อยืนยันตัวแบบตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ ในประเด็นที่ว่าตัวแบบฯ มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และ การใช้ประโยชน์จริงในพื้นที่ซึ่งในภาพรวม พบว่า ใน ๔ ด้าน คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (แลกเปลี่ยนเรียนรู้), การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว (ร่วมทำรู้จัก), การชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ (ตระหนักคุณค่า) และด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ (พัฒนาสร้างสรรค์) อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ต่อยอดตัวแบบฯ และผู้วิจัยจึงได้นำผลการสนทนากลุ่มดำเนินการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อหาแนวทางการพัฒนา ผู้วิจัยขอสรุปวิเคราะห์เพื่อให้เห็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและรอบด้าน ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา พบว่า



ภาพที่ ๑ ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์

ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ CCBT-NSN = REALITYS (Creative Community Based Tourism Management in Nakornswan Province = REALITYS) หมายถึง ความจริงแท้อันเป็นคุณค่าทางการท่องเที่ยวของชุมชน ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม อันเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความยั่งยืน ประกอบด้วย

ส่วนที่ ๑ แปดเหลี่ยม คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ มีองค์ประกอบ ๘ ด้าน เป็นมรรค ๘ อันจะนำไปสู่กระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม

ส่วนที่ ๒ ห้าเหลี่ยม คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ๕ กลุ่มคน ประกอบด้วย

- ๑) ชุมชน คือ เจ้าของบ้าน ผู้จัดการ และผู้ปกป้องทุนของชุมชน มรดกทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่การท่องเที่ยวไม่สามารถทำลายได้

๒) เครือข่าย/ผู้ประกอบการ คือ ผู้ส่งเสริมบริการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น และสหราชอาณาจักรนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมให้กับกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน

๓) ภาครัฐ คือ ผู้ส่งเสริม ประสาน และสนับสนุนเพื่อเชื่อมโยงโอกาส และเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนสามารถได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

๔) นักท่องเที่ยว คือ ผู้อุดหนุนบริการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น

๕) สื่อมวลชน คือ ผู้ให้ข้อมูลเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่สาธารณชนมีความเข้าใจทางเลือกของการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น

ส่วนที่ ๓ ศักยภาพ ๓ ด้าน ๘ องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่สำคัญที่แต่ละชุมชนควรมีในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย

ด้านที่ ๑ ศักยภาพด้านพื้นที่ คือ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนชุมชนต้องรู้จักรักและหวงแหน เห็นคุณค่าของทรัพยากรชุมชนของตน สามารถนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้ชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย ประกอบด้วย REAL

องค์ประกอบที่ ๑ R-Reciprocating แลกเปลี่ยนเรียนรู้ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากคนชุมชนท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการประชุมระดมสมอง การวางแผน ติดตาม ประเมินผลในการจัดการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ขณะเดียวกันยังพบว่า การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม, การระดมสมองทำเป็นแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน, การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้จะทำให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

๑) การมีส่วนร่วมในการวางแผน

๒) การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว

๓) การจัดการด้านการสื่อสาร

๔) การมีใจจดจ่อ และรับผิดชอบต่องานที่ทำ (อิทธิบาท ๔)

๕) การเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (อัตถจริยา)

๖) การระดมสมองของคณะกรรมการชุมชน

๗) การพัฒนาศักยภาพของคนชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยว

๘) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ ๒ E-Experiencing ร่วมทำรู้จัก คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยสมาชิกชุมชนร่วมแสดงความคิดเห็นในการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง และเอกลักษณ์ของชุมชน และยังค้นพบว่า การเป็นเจ้าของที่ดี กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สาราณียธรรม) การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S จะทำให้การร่วมทำรู้จักในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๑) การสนับสนุนให้คนชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด
- ๒) การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก
- ๓) การเป็นเจ้าของที่ดี
- ๔) กิจกรรมที่นำเสนอต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว
- ๕) กิจกรรมที่นำเสนอต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนชุมชนท้องถิ่น
- ๖) การทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และยึดฐานประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก (สาราณียธรรม)
- ๗) การสร้างเสน่ห์ให้ชุมชนท่องเที่ยวด้วย ๕S

องค์ประกอบที่ ๓ A-Appreciating ตระหนักคุณค่า คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยคนชุมชนมีความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชนเน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการสร้าง และพัฒนาผู้นำ จะทำให้การตระหนักคุณค่าในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๑) การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว
- ๒) การประชาสัมพันธ์
- ๓) การสร้างจิตสำนึกให้เกิดความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว
- ๔) การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชน เป็นการพัฒนาจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน
- ๕) เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในท้องถิ่นตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อคนชุมชน
- ๖) กิจกรรมที่นำเสนอไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชน
- ๗) การสร้าง และพัฒนาผู้นำ (ทศตียปาปณิกธรรม)

องค์ประกอบที่ ๔ L-Lifelong Learning พัฒนาสร้างสรรค์ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้โดยคนชุมชนมีความภูมิใจ และตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากฐานของชุมชนเน้นคุณค่า และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการสร้าง และพัฒนา

ผู้นำ จะทำให้การพัฒนาสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๑) การจัดกิจกรรม
- ๒) นักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้
- ๓) ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน
- ๔) นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้
- ๕) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน
- ๖) ชุมชนต้องให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยว กับชุมชน

ด้านที่ ๒ ศักยภาพด้านการจัดการ คือ ชุมชนจะต้องมีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับมีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมีความพร้อมในการประสานงานและต้องร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว โดยร่วมกันกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางกรท่องเที่ยว ประกอบด้วย IT

องค์ประกอบที่ ๕ I-Image สร้างภาพลักษณ์ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ชุมชน กำหนดแผนที่ทิศทางกรท่องเที่ยวและการสร้างตัวชี้วัดของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อกำหนดภาพของชุมชนที่ต้องการสื่อให้กับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๑) การวิเคราะห์ชุมชน
- ๒) การสร้างแผนที่การท่องเที่ยวของชุมชน
- ๓) การสร้างตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ ๖ T-Technology การใช้เทคโนโลยี คือ การจัดการท่องเที่ยวที่ต้องประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการและสารสนเทศมาส่งเสริม สนับสนุน และขยายช่องทางการตลาดเพื่อการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- ๑) พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นฐานข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ของชุมชนและนักท่องเที่ยว
- ๒) ส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ และออฟไลน์ในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์
- ๓) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการบริการกรท่องเที่ยว และสนับสนุนองค์ความรู้ และเครื่องมือแก่ชุมชน

ด้านที่ ๓ ศักยภาพด้านคน คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต้องเริ่มที่คนชุมชน ต้องรู้จักวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองให้ดีเพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนชุมชนต้องมีความพร้อม

ที่จะเรียนรู้มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของชุมชน เนื่องจากชุมชนจะต้องมีการร่วมกันคิดวางแผน ดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนชุมชน ประกอบด้วย YS

องค์ประกอบที่ ๗ Y-Young Blood การสืบสาน รักษา และต่อยอด คือ การจัดการองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว ภูมิปัญญา อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านการค้นหา จัดเก็บ ถ่ายทอด และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อรักษา กระตุ้นการตระหนักรู้ และพัฒนาต่อยอดในการขยายผลการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| ๑) การค้นหาองค์ความรู้ | ๒) การจัดเก็บองค์ความรู้ |
| ๓) การถ่ายทอดองค์ความรู้ | ๔) การประยุกต์ใช้ความรู้ |

องค์ประกอบที่ ๘ S- Service Mind การบริการด้วยใจ คือ การบริการของผู้ต้นคิด ผู้นำและผู้ทำด้วยจิตสำนึก จิตสาธารณะ และจิตอาสาในการร่วมมือของชุมชน และเครือข่ายการท่องเที่ยวด้วยการระเบิดจากภายใน ผ่านกระบวนการคิดที่มีโลกทัศน์ มโนทัศน์ และวิสัยทัศน์ของคนชุมชน ประกอบด้วย กระบวนการ ดังนี้ ๑) การมีจิตสำนึกในการตื่นรู้ในคุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว ๒) การมีจิตสาธารณะในการตระหนักรู้ในประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน และ ๓) การมีจิตอาสาในการสมัครใจ เสียสละเวลา แรงกาย แรงใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา กำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ ๔ ร ประกอบด้วย รุก รับ รอ และรา ดังนี้

๑. กลยุทธ์เชิงรุก (เร่ง รุก บุกเร็ว) (Strange-Opportunity =SO Strategy) การส่งเสริมและพัฒนาจุดแข็งซึ่งได้จากการนำจุดแข็งกับโอกาส เป็นแนวทางการพัฒนาที่ได้นำจุดแข็งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์มาแสวง ประโยชน์จากโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัด ดังนี้

๑.๑ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ให้มีมาตรฐาน (ตัวชี้วัด: จำนวนชุมชนที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน)

๑.๒ ส่งเสริมการจัดประชุมเครือข่าย แบบประชุมสัญจร เพื่อสร้างความร่วมมือ และความช่วยเหลือระหว่างชุมชนท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนครั้งที่ประชุมและจำนวนตัวแทนที่เข้าร่วมประชุม)

๑.๓ ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ผ่านเจ้าของชุมชน และไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนชุมชน รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรมและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว)

๑.๔ สร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวชุมชน โดยการตลาด ประชาสัมพันธ์ และการยกระดับสินค้าและบริการของชุมชน (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรมและชุมชนที่เข้าร่วมงาน)

๑.๕ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ๕ เสา่ ระหว่างชุมชน เครือข่าย/ผู้ประกอบการภาครัฐ นักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด : จำนวนคน/หน่วยงานที่เข้าร่วม)

๑.๖ สนับสนุนกิจกรรมชุมชนที่ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างคนชุมชน รวมถึงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตระหนักในคุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรมที่จัด)

๑.๗ เพิ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง และจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเผยแพร่ทางออนไลน์ (ตัวชี้วัด: จำนวนเครือข่ายและเส้นทางท่องเที่ยว)

๒. กลยุทธ์เชิงรับ (ตั้ง รับ ปรับแก้ไข) (Weakness-Opportunity = WO Strategy) การแก้ไขจุดอ่อนเพื่อใช้โอกาสที่มีอยู่ขององค์กร เป็นแนวทางที่ชุมชนมุ่งเน้นปรับปรุงแก้ไขข้อจำกัดของตนเพื่อฉกฉวยประโยชน์จากโอกาส และการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัด ดังนี้

๒.๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวชุมชนและสมาชิกเครือข่ายให้มีทักษะ และความชำนาญเฉพาะด้าน (ตัวชี้วัด: จำนวนบุคลากรและสมาชิกที่ได้รับการพัฒนา)

๒.๒ พัฒนาระบบสารสนเทศ และการสื่อสารทั้งออนไลน์ และออฟไลน์เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนสื่อ/เครื่องมือที่ได้รับการพัฒนา)

๒.๓ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: ร้อยละที่ได้รับการปรับปรุง)

๒.๔ ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชนและต่อยอดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องกับยุคสมัย (ตัวชี้วัด: ร้อยละที่ได้รับการปรับปรุง)

๒.๕ จัดฝึกอบรม ให้ความรู้ในการดูแล รักษา และปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๒.๖ สร้างความรู้ความเข้าใจกับคนชุมชนเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้ทราบถึงหลักการขั้นพื้นฐาน วิธีการ ประโยชน์ของการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๒.๗ สร้างความรู้ความเข้าใจในกฎ กติกา ระบบ และแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับความเห็นชอบร่วมกัน พร้อมทั้งเผยแพร่ให้คนชุมชนรับทราบ และเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี (จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๓. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (รั้ง รอ ขอจังหวะ) (Strength- Threat = ST Strategy) การอาศัยจุดแข็ง ด้านและตรึง ภาวะคุกคามที่มีต่อวัตถุประสงค์ของชุมชน เป็นแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนใช้จุดแข็ง มาลดทอนอิทธิพลของภัยคุกคามจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัด ดังนี้

๓.๑ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพและความสามารถของคณะกรรมการชุมชน (ตัวชี้วัด: จำนวน กิจกรรม/โครงการ)

๓.๒ ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (ตัวชี้วัด: จำนวน กิจกรรม/โครงการ)

๓.๓ ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมโดยให้คนชุมชนเข้ามามีร่วมดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนคนที่เข้าร่วม/จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๓.๔ จัดหาและประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาทุนในการดำเนินงานท่องเที่ยวของชุมชน (ตัวชี้วัด: จำนวนหน่วยงานที่สนับสนุน)

๓.๕ พัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๔. กลยุทธ์หลีกเลี่ยง (เลิก รา หาแผนใหม่) (Weakness-Threat = WT Strategy) การคิดอิสระ นอกกรอบ SWOT หาแนวทางเพื่อผ่านพ้นจุดอ่อนและเสี่ยงภาวะคุกคามที่บดบังวัตถุประสงค์ของชุมชน เป็นแนวทางการพัฒนาที่พยายามลดจุดอ่อนภายในชุมชน ขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นภัยคุกคาม ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัด ดังนี้

๔.๑ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ พร้อมทั้งเชื่อมโยงให้เกิดการ รวมกลุ่ม (ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม/จำนวนกลุ่ม)

๔.๒ สร้างมาตรการที่เข้มงวดในการควบคุมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อป้องกันปัญหาความขัดแย้งชุมชน (ตัวชี้วัด: ร้อยละของเหตุการณ์ความขัดแย้ง)

๔.๓ พัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับคนชุมชน เพื่อเพิ่มพูนทักษะ และสร้างความ ต่อเนื่องของกิจกรรมท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรม/โครงการ)

๔.๔ พัฒนาความรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด: จำนวน กิจกรรม/จำนวนผู้เข้าร่วม)

อภิปรายผลการวิจัย

ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ CCBT-NSN = REALITYS ประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ

ส่วนที่ ๑ แปรเปลี่ยน คือ องค์ประกอบ ๘ ด้านเป็นมรรค ๘ อันจะนำไปสู่กระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม

ส่วนที่ ๒ ห้าเหลี่ยม คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ๕ กลุ่มคน สอดคล้องกับงานวิจัยของคมพล สุวรรณภูมิ และคณะ^๖ ได้ศึกษาวิจัย “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง” พบว่า องค์ประกอบหลักในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรม ๕ ประการ คือ

- ๑) คน/บุคคลากร ที่ใช้ในการต้อนรับ
- ๒) สถานที่ที่ใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
- ๓) คุณภาพและความเพียงพอของผลผลิตที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว
- ๔) กิจกรรมและการบริการ
- ๕) การสนับสนุน/ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์^๗ ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี ๕ องค์ประกอบ คือ

- ๑) คนชุมชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว
- ๒) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท้องถิ่น
- ๓) หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน
- ๔) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว
- ๕) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

^๖ คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง”, รายงานวิจัย, (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๘).

^๗ วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”, ปรัชญาดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์, (บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๕).

ทั้งนี้คนชุมชนจะเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการดำเนินการโดยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่จะต้องให้การดำเนินการเป็นไปตามคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์^๘ ได้ศึกษาวิจัย “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” พบว่า กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ต้องอาศัยความร่วมมือของไตรภาคี คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น นโยบาย มีทิศทาง เป้าหมายและวัตถุประสงค์ชัดเจน

ส่วนที่ ๓ ศักยภาพ ๓ ด้าน ๘ องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่สำคัญที่แต่ละชุมชนควรมี ในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย ศักยภาพด้านพื้นที่ ศักยภาพด้านการจัดการ และศักยภาพด้านคน สอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณา เกตุราพันธ์ และคณะ^๙ ได้ศึกษาวิจัย “การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดกาญจนบุรี” พบว่า รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นคือ ทีเอชซีแอลซีเอพีซี โมเดล “ThCLCAPC Model” ประกอบด้วย ๗ องค์ประกอบ โดยที่ Th คือ Thai Phuan (ชาวไทยพวน) C หมายถึง Creation (การสร้างสรรค) L คือ Learning (การเรียนรู้) C คือ Conservation (การอนุรักษ์) A คือ Awareness (ความตระหนัก) P คือ Participation of Community (การมีส่วนร่วมของชุมชน) และ C คือ Cultural Tourism Activity (กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม) ซึ่งผลการประเมินรูปแบบที่พัฒนาขึ้นโดย ผู้ทรงคุณวุฒิอยู่ในระดับเหมาะสมมาก สามารถนำไปใช้ได้เหมาะสมชุมชนชาวไทยพวน และยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของกันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี^{๑๐} ได้ศึกษาวิจัย “การจัดการความรู้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ที่ประยุกต์ใช้สามารถนำมาใช้ในการจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

^๘ พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์, “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร”, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘).

^๙ ลักษณา เกตุราพันธ์ และคณะ, “การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับ ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”, ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา, (บัณฑิต วิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘).

^{๑๐} กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา”, วารสารเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree Journal of Social Science, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (ธันวาคม ๒๕๕๘).

ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอยังได้เป็นอย่างดี ในการค้นหาองค์ความรู้ สามารถจำแนกความรู้ได้เป็น ๔ ด้าน คือ

- ๑) แหล่งท่องเที่ยว
- ๒) ด้านการตลาดการท่องเที่ยว
- ๓) ด้านนักท่องเที่ยว
- ๔) ด้านธุรกิจ

การจัดเก็บความรู้สามารถแบ่งความรู้ออกเป็น ๕ หมวดใหญ่ ๑๗ หมวดย่อย ๕๗ หมู่ย่อย กำหนดชุดข้อมูลที่จำเป็นที่ใช้ในการอธิบายแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งได้เป็น ๙ องค์ประกอบ โดยกลุ่มตัวอย่างประเมินว่า ทั้งหมดหมู่ความรู้ ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมีเนื้อหาที่ครอบคลุม ละเอียด ชัดเจน และสามารถช่วยในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเบื้องต้นได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยได้พัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครสวรรค์ (CCBT-NSN=REALITYS) จึงขอเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถและศักยภาพของคนชุมชน หน่วยงาน (จังหวัดนครสวรรค์, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดนโยบายเพื่อกระตุ้น ส่งเสริมการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครสวรรค์อย่างต่อเนื่อง

๒) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการด้านพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นระบบ มีการติดตามกำกับดูแลผลกระทบจากการท่องเที่ยว มีการกำกับติดตามตรวจสอบ มาตรฐานความยั่งยืน สร้างมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากกว่า ๑ รูปแบบ ตามศักยภาพของชุมชน นอกเหนือจากการท่องเที่ยวชมธรรมชาติเพียงอย่างเดียว รวมถึงสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์พื้นที่อื่น ๆ หรือชุมชนต่าง ๆ ที่มีข้อมูลยืนยันในเชิงประจักษ์ว่าสามารถพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์เพื่อทำให้ทราบถึงศักยภาพของแต่ละชุมชน หรือขีดความสามารถในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

บรรณานุกรม

- กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา”. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree Journal of Social Science**. (ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ ธันวาคม ๒๕๕๘).
- คมพล สุวรรณภู และคณะ. “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว.: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๘.
- พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์. “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร”. **วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘.
- ลักขณา เกตุราพันธ์ และคณะ. “การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี”. **ปรัชญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘.
- วรภพ วงศ์รอด. “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์”. **วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์**. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒๖ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๗) : ๑๓.
- วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”. **ปรัชญาดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์**. บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๕.
- วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”. **ปรัชญาดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์**. บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๕.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔”. **ราชกิจจานุเบกษา** ๑๓๓ ธันวาคม ๒๕๕๙ : ๙๔.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. **องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ**. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘.
- Richards. G. “Tourism development trajectories-From Culture to Creativity?”. **Paper presented to the Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism**. Jeju Island. Republic of Korea. June 3-5, 2009: 42. (Mimeographed).