

กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: ช่องทางการสร้างรายได้ผ่านกระบวนการมัคคุเทศก์ชุมชน

Creative Community-Based Tourism Activities: Income Creation Channels through the Community Guide Process

มยุรดา มหิพันธ์

Mayurada Mahiphan

ฟังก์เกียรติ มหิพันธ์*

Fungkiat Mahiphan

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Faculty of Liberal Arts, Kalasin University

*mayuradaksu@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดการจ่ายเงินของนักท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชนที่สอดคล้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวดังกล่าวที่ได้มา ซึ่งข้อมูลของงานวิจัยนี้ใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเป็นการศึกษาด้วยวิธีวิจัยแบบภาคสนามโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งการประชุมกลุ่มย่อยระดมความคิดกับชาวบ้านในชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนสามารถออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดการจ่ายเงินของนักท่องเที่ยวได้ 7 กิจกรรม ได้แก่ การทำมาลัยไม้ไผ่ การทำเฟอร์นิเจอร์ไม้ การปักผ้าทอมือ การเรียนทำอาหารผู้ไท การทำสบู่รังไหม การทำภาชนะจักสาน และการทำของชำร่วย ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของคนในชุมชน และมีการพัฒนามัคคุเทศก์ในชุมชนให้เป็น “มัคคุเทศก์ชุมชนต้นแบบ” จำนวน 17 คน และ “อาสาสมัครมัคคุเทศก์ชุมชน” จำนวน 52 คน รวมทั้งสิ้น 69 คน ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สมบูรณ์มากขึ้น เพราะมัคคุเทศก์จะเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เป็นผู้จูงใจและกระตุ้นการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวและเพิ่มโอกาสการกระจายรายได้ในชุมชน

คำสำคัญ : กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน มัคคุเทศก์ชุมชน

Received : August 11, 2023

Revised : November 28, 2023

Accepted : December 6, 2023

Abstract

This research aims to 1) design creative community-based tourism activities that contribute to the spending of tourists and 2) develop a community guide's model consistent with such tourism activities. The acquisition of data for this research uses qualitative data collection through a participatory research process. The study was conducted using semi-structured interviews with community tourism stakeholders as well as focus group meetings to mobilize opinions among local residents, government sectors, and private sectors involved in tourism in the area.

The findings of this study found that community tourism resources can design creative tourism activities in communities that contribute to the spending of tourists' money. There are 7 activities: making bamboo garlands, making wooden furniture, hand-woven embroidery, Phu Thai cooking classes, making cocoon soap, making wicker containers, and making souvenirs. All of these designed activities are connected to the way of life, art, culture, and wisdom of the people in the community. Moreover, under the above activities, it has been used as information to develop villagers into community guides, with the following development results: 17 community guide models and 52 youth community volunteer guides were created and upgraded, for a total of 69 people. This is considered an important mechanism for managing community tourism more completely because community guides will facilitate the sale of tourism products and services in the community to tourists, motivate and stimulate the spending of tourists, and increase income opportunities to distribute to the community.

Keywords : creative tourism activities, community-based tourism, community guide

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยและนานาชาติทั่วโลกอย่างมหาศาล UNWTO (2014) คาดการณ์ถึงการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกกว่า 1,000 ล้านคน และจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,400 ล้านคนในปี 2020 จนกระทั่งเกิดการระบาดของโควิด-19 UNWTO (2020) ระบุถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกว่าจากผลกระทบของโควิด-19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2019 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงในปี 2020 MOTs (2023) สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2020 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2019 อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 คลี่คลายส่งผลถึงฟื้นตัวทางการท่องเที่ยว TAT (2022) ภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2022 มีแนวโน้มดีขึ้นแม้ยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติเหมือนก่อนเกิดวิกฤต มีการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว

ชาวไทยกว่าร้อยละ 88 และมีรายได้ทางการท่องเที่ยวฟื้นตัวอยู่ที่ร้อยละ 59 เมื่อเทียบกับปี 2019 ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวจึงเป็นกลไกสำคัญที่รัฐบาลใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมเศรษฐกิจและกระจายรายได้ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ดังจะเห็นได้จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง อาทิ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน” โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ “เที่ยวเมืองรอง” โดยมติ คณะรัฐมนตรีอนุมัติมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด เป็นต้น

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นพื้นที่หนึ่งของประเทศที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจากภาครัฐและมีสถิติทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

รายการสถิติการท่องเที่ยว	2018	2019	2020	2021	2022
ผู้มาเยือน (นักท่องเที่ยว + นักทัศนาจร)	761,645 คน	768,297 คน	391,980 คน	108,316 คน	640,534 คน
การใช้เงินโดยเฉลี่ย (คน/วัน)	871.41 บาท	882.49 บาท	771.77 บาท	690.79 บาท	–
รายได้ทางการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	1,223.11 ล้านบาท	1,241.82 ล้านบาท	527.80 ล้านบาท	144.44 ล้านบาท	644 ล้านบาท
ชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว					
– ท่องเที่ยวผ่านบริษัททัวร์	10,466 คน	10,989 คน	3,252 คน	42 คน	–
– ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	747,027 คน	753,040 คน	387,782 คน	108,274 คน	–
ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยว					
– ท่องเที่ยวผ่านบริษัททัวร์	–	–	–	–	–
– ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	4,152 คน	4,268 คน	946 คน	–	–

ที่มา: MOTs (2023)

โดยเฉพาะในปี 2018–2019 รัฐบาลมีนโยบายให้การท่องเที่ยวสร้างรายได้เพื่อแก้ปัญหาความยากจนของคนในพื้นที่ ซึ่งจังหวัดกาฬสินธุ์ติดอันดับ 1 ใน 5 ของจังหวัดที่จนที่สุดในประเทศ จากการเผยแพร่ดัชนีความก้าวหน้าของคนด้านรายได้ จากระบบฐานข้อมูลด้านสังคมและคุณภาพชีวิต (NESDC, 2017) ซึ่งจังหวัดกาฬสินธุ์ได้ขานรับนโยบายดังกล่าวผ่านโครงการ “คนกาฬสินธุ์ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง (Kalasin Happiness Model)” โดยมีการขับเคลื่อนใน 2 มิติคือ การยกระดับชีวิตขั้นพื้นฐาน และการยกระดับรายได้ของประชาชน ซึ่งการท่องเที่ยวจัดอยู่ในมิติที่สองด้วยนโยบายนี้ ส่งผลให้พื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดกาฬสินธุ์ได้รับการส่งเสริมจากส่วนราชการและภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อตอบสนองนโยบายหลักของจังหวัด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างมากมาย ดังนี้

ตารางที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

ลำดับ	กิจกรรม	หน่วยงาน
1	ทุกสิ่งสร้างสรรค์ ณ กาฬสินธุ์ (เที่ยวเมืองรอง) - กิจกรรมมองกาฬสินธุ์ในมุมใหม่ - กิจกรรมดีโนศิลปะถิ่นคนน่ารัก - กิจกรรมแพรวาจีจี้ (เกิร์ลกรุ๊ป) - กิจกรรมภาพยนตร์สั้น “กาลศิลป์”	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2	มหกรรมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดกาฬสินธุ์	- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ และสำนักงานจังหวัด
3	Dino Go Local	- พิพิธภัณฑ์สิรินธรร่วมกับการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย
4	Hug E-Sarn	- มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
5	GSB Smart Homestay โฮมสเตย์มีสไตล์	- ธนาคารออมสิน

ที่มา: Researcher

ตำบลกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นอีกพื้นที่หนึ่งของจังหวัดที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและมีนักท่องเที่ยวเข้าไปในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ตำบลกุดหว้าในปัจจุบัน เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในนาม “โฮมสเตย์บ้านโคกโก่ง” หรือ “บั้งไฟทะเลล้านกุดหว้า” หรือ “มาลัยไม้ไผ่กุดหว้า” ซึ่งแสดงออกถึงความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท ป่าชุมชนที่สมบูรณ์ ซากดึกดำบรรพ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงออกผ่านทางวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นต้น ด้วยความหลากหลายของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวข้างต้น เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์จากตารางที่ 1 แล้วจะสังเกตเห็นถึงโอกาสการสร้างรายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระซึ่งเป็นพฤติกรรมหลักของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดด้วยการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเป็นจำนวนมาก ซึ่งการท่องเที่ยวในตำบลกุดหว้ามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในพื้นที่ทั้งแบบคณะทัวร์และแบบอิสระ โดยการมาท่องเที่ยวของคณะทัวร์จะมีการประสานงานมาล่วงหน้าทำให้ชุมชนมีเวลาเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับคณะทัวร์ แต่ในขณะเดียวกันเมื่อมีนักท่องเที่ยวอิสระเดินทางเข้ามาในพื้นที่โดยไม่ได้แจ้งให้ชุมชนทราบล่วงหน้าก่อน จะดูเหมือนว่าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในชุมชนนั้นซบเซาแลดูไม่มีบรรยากาศของการท่องเที่ยวเลย ซึ่งเป็นปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนและเสียโอกาสในการสร้างรายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระซึ่งเป็นกระแสหลักของการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ในปัจจุบัน

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นถึงโอกาสการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยใช้กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการมัคคุเทศก์ชุมชน เพราะมัคคุเทศก์จะเป็นผู้ทำหน้าที่ต้อนรับขับสู้แขกผู้มาเยือน เป็นผู้สร้างความประทับใจแรก และมักจะได้รับ ความไว้วางใจ เชื่อใจ ความมั่นใจจากนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการสร้างแรงจูงใจที่ดีแก่นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์

เมื่ออาชีพจะสามารถเสนอโอกาสทางการท่องเที่ยวที่ดีเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวได้เสมอ และจะสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงโอกาสในการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวสู่ชุมชนผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และใช้กระบวนการมัคคุเทศก์ชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการทำหน้าที่เสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในชุมชนตนเองให้กับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดการจ่ายเงินของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชนให้สอดคล้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถูกกล่าวถึงมาอย่างต่อเนื่อง Richards (2010) ผู้เสนอแนวคิดนี้ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งปรับเปลี่ยนไปจากรูปแบบเดิมอยู่มาก เนื่องจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมนั้นเน้นมวลชนซึ่งใช้เวลาไปกับ การเดินทาง เข้าชมและถ่ายภาพสถานที่ต่าง ๆ แต่นักท่องเที่ยวสมัยใหม่มีความปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ ที่ตนเองไปเที่ยว Wisudthiluck et al. (2013) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม DCE (2020) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวแบบเดิมหรือการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพต่ำ เปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบมวลชนเป็นการท่องเที่ยวเชิงภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม บรรยากาศ และกิจกรรมสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงมีความสอดคล้องกับทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้สื่อสารข้อมูล สื่อความหมาย สร้างความเข้าใจ ตลอดจนเผยแพร่ภาพลักษณ์อันดีงามของประเทศให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย Mahiphan (2023) มัคคุเทศก์เปรียบเสมือนทูตวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นตัวแทนของคนในชุมชน จังหวัด ภูมิภาค และประเทศในการต้อนรับ สร้างความประทับใจ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เป็นบุคคลลำดับแรกที่จะได้นำเสนอขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมอันดีงามให้กับผู้มาเยือน Cros & McKercher (2015) ในบางแหล่งท่องเที่ยวมีวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นที่ดิบและหยาบเกินไปสำหรับนักท่องเที่ยว จนรู้สึกว่าจะไม่ปลอดภัยคล้ายการถูกคุกคามแม้เป็นวิถีชีวิตของชาวท้องถิ่นก็ตาม ดังนั้นการสื่อความหมายด้วยคนจึงมีความจำเป็น มัคคุเทศก์จึงมีความสำคัญในฐานะผู้สื่อความหมายซึ่งจะเปลี่ยนความวิตกกังวลของนักท่องเที่ยวให้กลายเป็นประสบการณ์อันล้ำค่าและรู้สึกปลอดภัยในสวัสดิภาพ Weng et al. (2020) การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเป็นวิธีการที่สำคัญในการช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงคุณค่าที่แท้จริงของมรดกทางวัฒนธรรม เข้าใจธรรมชาติ และค่านิยมที่เกิดเป็น

วัฒนธรรมในพื้นที่นั้น Cros & McKercher (2020) นักสื่อความหมายที่ดีจะต้องเป็นผู้สร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับนักท่องเที่ยว สามารถสื่อสารถึงความพิเศษของสถานที่ สร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงคุณค่าของสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้และสร้างแรงจูงใจให้อยากกลับมาเที่ยวชมอีกครั้ง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว

การดำเนินการเพื่อให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้น Partale (2020) ห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดสำคัญในการวิเคราะห์กิจกรรมทางเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ทางเศรษฐศาสตร์ทั่วโลก เป็นรูปแบบที่ใช้เพื่อการพัฒนาอย่างยุติธรรมและยั่งยืน Porter (1985) ห่วงโซ่คุณค่าเป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มและเกิดการเชื่อมโยงกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานด้วยกัน ซึ่งส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขัน มีแนวคิดที่สามารถวัดได้จากคุณค่าที่ลูกค้าได้รับและยอมจ่ายเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทมาน้อยเพียงใด โดยแนวคิดถูกแบ่งออกเป็น 2 กิจกรรม แต่ละกิจกรรมจะเน้นไปที่การเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของบริษัท 1) กิจกรรมหลัก ได้แก่ การขนส่งและจัดเก็บวัตถุดิบ การผลิตสินค้าหรือบริการ การขนส่งและจัดเก็บสินค้า การตลาดและการขาย การบริการทั้งก่อนและหลังการขาย 2) กิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานองค์กร เช่น การเงิน การบัญชี การจัดการ การบริหารบุคลากร การพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดซื้อ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลบริบทและทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนมาประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการมองภาพได้เห็นถึงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเดิมและโอกาสการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมใหม่ และผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจะเป็นต้นทุนข้อมูลสำคัญเพื่อนำมาพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชนต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

เมื่อสิ้นสุดงานวิจัยนี้ ชุมชนจะมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถก่อให้เกิดรายได้จากการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว และมีมัคคุเทศก์ชุมชนต้นแบบและอาสาสมัครมัคคุเทศก์ชุมชนที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง และมีมัคคุเทศก์ชุมชนต้นแบบที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการนำเที่ยวให้กับคนอื่น ๆ ในชุมชน จะทำให้การสร้างรายได้ผ่านกระบวนการมัคคุเทศก์ชุมชนจะเป็นไปอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เป็นการศึกษาด้วยวิธีวิจัยแบบภาคสนาม โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมทั้งการประชุมกลุ่มย่อยระดมความคิดเห็นกับชาวบ้านในชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยใช้ระยะเวลาที่ศึกษาระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล

ประชากรและตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างการวิจัยบนพื้นฐานของความต้องการสัมภาษณ์ ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 15 คน

2. กลุ่มตัวอย่างในการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างการวิจัยบนพื้นฐานของความต้องการประชุมระดมความคิดเห็น ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานขอนแก่น) และองค์การบริหารส่วนตำบลกุดหว้า จำนวน 15 คน

3. กลุ่มตัวอย่างในการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลด้านความพร้อมของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และมัคคุเทศก์ชุมชน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างการวิจัยบนพื้นฐานของความต้องการประชุมระดมความคิดเห็น ได้แก่ หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 7 บริษัท ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และมัคคุเทศก์อาชีพ จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 17 คน

4. กลุ่มตัวอย่างในการอบรมมัคคุเทศก์ต้นแบบ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ครู และนักเรียนในพื้นที่ จำนวน 15 คน

เครื่องมือ

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างใช้เพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 ของงานวิจัย ซึ่งการสัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยได้เตรียมแบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้ตัวแทนชุมชนได้ให้ข้อมูล

2. จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นจากตัวแทนกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานขอนแก่น) และองค์การบริหารส่วนตำบลกุดหว้า เพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 ของงานวิจัย และการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ และมัคคุเทศก์อาชีพ เพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 ของงานวิจัย

3. แบบประเมินการปฏิบัติใช้เพื่อประเมินมัคคุเทศก์ต้นแบบของชุมชนภายหลังจากการฝึกอบรมเพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 ของงานวิจัย ซึ่งจะประเมินการปฏิบัติงานนำเที่ยวและถ่ายทอดองค์ความรู้ของมัคคุเทศก์ต้นแบบโดยจะประเมินตามหลักสูตรที่ได้ออกแบบมาให้เหมาะกับบริบทพื้นที่ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง การประชุมกลุ่มย่อย และการประเมินการปฏิบัติ มาทำการจัดกลุ่มข้อมูลแบบเชิงพรรณนา ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า แล้วทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาระยะแรกและสังเคราะห์ภายใต้วัตถุประสงค์การวิจัยแต่ละข้อ แล้วนำข้อมูลดังกล่าวนี้มาประกอบเพื่อหาความสัมพันธ์และให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้เป็นผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์บริบทชุมชน การมีส่วนร่วมกับชุมชน และใช้ตอบวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อศึกษาและเก็บข้อมูลบริบทชุมชนด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อรายได้ในชุมชน ซึ่งผลการเก็บข้อมูลสามารถแสดงผลเป็นรายประเด็นได้ ดังนี้

1. บริบทชุมชนด้านการท่องเที่ยว

ตำบลกุตหว้า เป็นชุมชนของชนเผ่าผู้ไทเมืองวังที่อพยพมาจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2387 โดยได้สืบทอดเอาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาที่มีอัตลักษณ์ของตนเอง มาดำเนินชีวิตอยู่ในพื้นที่แห่งนี้ จนกลายเป็นชุมชนผู้ไทขนาดใหญ่เป็นที่รู้จักของคนในวงกว้างสืบต่อมา ซึ่งอัตลักษณ์โดดเด่นของชาวผู้ไทที่เป็นที่รู้จักในชุมชนในหลากหลายด้าน ได้แก่ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทโคกโก่งโฮมสเตย์ เป็นต้น ด้านวิถีชีวิตและภูมิปัญญา เช่น การทำมาลัยไม้ไผ่ การทอผ้า การปักผ้าทอมือ เป็นต้น วัฒนธรรมประเพณี เช่น งานบุญบั้งไฟทะเลล้าน งานบุญพวงมาลัย เป็นต้น นอกจากนี้ ด้านการท่องเที่ยวที่จะเป็นโอกาสการสร้างรายได้ในชุมชน เมื่อนำข้อมูลบริบทชุมชนมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว โดยนำทฤษฎีของ Porter (1985) ที่ได้ออกแบบห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ โดยมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของแต่ละหน่วย ตั้งแต่การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การแปรรูปตลอดจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า มาประยุกต์เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และเกิดการเชื่อมโยงกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานด้วยกัน ส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของชุมชนโดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยวได้ 2 ด้าน ดังนี้

<p>กิจกรรมเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐาน สถานที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว สถานที่ที่สถิติกิจกรรม การแสดง ความสะอาดของพื้นที่ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมายสถานที่ ฯลฯ</p>				
<p>กิจกรรมเกี่ยวกับการบริหารและพัฒนาคน การฝึกอบรมคนในชุมชน ได้แก่ การอบรมมัคคุเทศก์ การเป็นเจ้าของที่ดี</p>				
<p>กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว กิจกรรมพัฒนาโฮมสเตย์ สินค้าของที่ระลึก ตำรับอาหาร ฯลฯ</p>				
<p>กิจกรรมเกี่ยวกับการจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในกิจกรรมที่พัก จัดหาไม้ วัสดุติดประกอบอาหารตามฤดูกาล ฯลฯ</p>				
<p>ศัตรูของดีเด่น ในชุมชน (ต้นน้ำ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - โฮมสเตย์บ้านโคกโก่ง 22 หลัง และโฮมสเตย์บ้านกุดหว้า 22 หลัง - การแสดงวัฒนธรรมผู้ไท - ม้าลายไม้ - เทศกาลบั้งไฟพะไลล้านบุญม้าย้อยไม้ - เลื้อยบั้งกร บักมื่อ ฯลฯ 	<p>การผลิตสินค้าและบริการเพื่อเตรียมขายแก่นักท่องเที่ยว (กลางน้ำ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำของดีเด่น ดั่ง ม้าออกแบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - ออกแบบให้มีการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว - ออกแบบรายการนำเที่ยวให้หลากหลายรูปแบบ - ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว - กิจกรรมที่เกิดการใช้จ่ายเงิน และซื้อสินค้าของที่ระลึก - ทดลองทำกิจกรรม ทดลองนำเที่ยว และทดลองเที่ยว 	<p>สินค้าและบริการพร้อมขายแก่นักท่องเที่ยว</p> <p>←</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายการนำเที่ยว 1-2 ชั่วโมง - รายการนำเที่ยวครึ่งวัน - รายการนำเที่ยว 1 วัน - รายการนำเที่ยว 2 วัน 1 คืน - กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (มีส่วนร่วมกับชุมชน) - โฮมสเตย์มาตรฐาน 	<p>การตลาดและการขาย (ปลายน้ำ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook, Line, Website ฯลฯ - ประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง - ออกเผยแพร่สินค้าและบริการในงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งระดับชาติและนานาชาติ - เน้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 	<p>การให้บริการ</p> <p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> - มัคคุเทศก์นำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว - มัคคุเทศก์นำเสนอยา และกิจกรรมท่องเที่ยว และแรงจูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วม - จนไปถึงการตลาดสินค้า - มัคคุเทศก์อธิบายและสาธิตการผลิตสินค้าของชุมชน โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม

(กิจกรรมท่องเที่ยวหลักที่ก่อให้เกิดรายได้)

ภาพที่ 1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าทางการท่องเที่ยว ตำบลกุดหว้า อำเภอคุณิหารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ที่มา: Researcher

1.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวหลักที่ก่อให้เกิดรายได้ (ต้นน้ำ – กลางน้ำ – ปลายน้ำ)

● **ต้นน้ำ** กล่าวคือการคัดสรรของดี เด่น ดัง ในชุมชน เป็นการนำเข้าวัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อเตรียมนำมาให้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านโคกโก่ง 22 หลัง และโฮมสเตย์บ้านกุดหว้า 22 หลัง การแสดงวัฒนธรรมผู้ไท มาลัยไม้ไผ่ เทศกาลบั้งไฟทะเลล้าน บัญมาลัยไม้ไผ่ เสือเย็บจักรปักมือ

● **กลางน้ำ** กล่าวคือการผลิตสินค้าและบริการเพื่อเตรียมขายแก่นักท่องเที่ยว เป็นการนำของดี เด่น ดังในชุมชนมาออกแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ออกแบบให้มีการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว ออกแบบรายการนำเที่ยวให้หลากหลายรูปแบบ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมที่เกิดการใช้จ่ายเงิน และซื้อสินค้าของที่ระลึก ทดลองทำกิจกรรม ทดลองนำเที่ยว และทดลองเที่ยว

● **ปลายน้ำ** กล่าวคือสินค้าและบริการพร้อมขายแก่นักท่องเที่ยว เป็นการนำเอาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ได้ออกแบบไว้มาจัดแพ็คเกจหรือกิจกรรมสำเร็จรูปที่นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้ง่าย เข้าใจง่าย จ่ายเงินได้ง่าย และหลากหลายทางเลือก ได้แก่ รายการนำเที่ยวแบบ 1-2 ชั่วโมง / ครึ่งวัน / 1 วัน / 2 วัน 1 คืน หรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมกับชุมชน เช่น การทำมาลัยไม้ไผ่ ทำเฟอร์นิเจอร์ไม้ จักสาน อาหารผู้ไท สินค้าของที่ระลึกเอกลักษณ์ชุมชน และที่พักโฮมสเตย์ที่ได้นำเอารายการนำเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปรวมไว้ในแพ็คเกจ โดยการคิดราคาสินค้าและบริการอื่น ๆ รวมในค่าที่พัก หรือสามารถให้นักท่องเที่ยวเลือกจ่ายเงินในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจก็ได้ ฯลฯ

● **การตลาดและการขาย** เป็นการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงสร้างสรรค์ โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook, Line, Website ประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาสัมพันธ์จังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด ฯลฯ ออกเผยแพร่สินค้าและบริการในงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งระดับชาตินานาชาติ ในทุกภูมิภาค และในต่างประเทศ

● **การให้บริการ** เมื่อดำเนินการขายสินค้าและบริการแล้ว และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ มัคคุเทศก์ชุมชนคือคนกลุ่มแรกที่จะมีบทบาทในการต้อนรับขับสู้ สร้างความประทับใจแรก ให้ข้อมูลและสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวในชุมชน สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวอยู่ในชุมชนได้อย่างมีสวัสดิภาพ และจงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความคุ้มค่าในการจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น มัคคุเทศก์จะสามารถนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ สามารถนำเสนอขายกิจกรรมท่องเที่ยว และจงใจให้เกิดการมีส่วนร่วม จนไปถึงการซื้อ อธิบายและสาธิตการผลิตสินค้าของชุมชน โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม

1.2 กิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว

กิจกรรมเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐาน กล่าวคือการเตรียมสถานที่ในการรับรองนักท่องเที่ยว สถานที่สาธิตกิจกรรม การแสดง ความสะอาดของพื้นที่ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย สัญลักษณ์ชุมชน เป็นต้น กิจกรรมเกี่ยวกับการบริหารและพัฒนาคน กล่าวคือการฝึกอบรมคนในชุมชนให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การอบรมมัคคุเทศก์ชุมชนต้นแบบ การเป็นเจ้าของที่ดี การทำมาลัยไม้ไผ่ มาตรฐานโฮมสเตย์ การเตรียมการแสดง การเตรียมลำดับพิธีการในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น กิจกรรมเกี่ยวกับ

การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว กล่าวคือกิจกรรมพัฒนาโฮมสเตย์ พัฒนาสินค้าของที่ระลึก พัฒนา ตำรับอาหาร เป็นต้น และกิจกรรมเกี่ยวกับการจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในกิจกรรมหลัก กล่าวคือการจัดหาไม้ไผ่ การเตรียมและการเก็บไม้ไผ่ จัดหาวัตถุดิบประกอบอาหารตามฤดูกาล เป็นต้น

2. การทำงานวิจัยร่วมกับชุมชน

การทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยและชาวบ้านในชุมชนตำบลกุดหว้า โดยเน้นให้คนในชุมชนมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลจากข้อเท็จจริงของบริบทการท่องเที่ยวในชุมชนปัจจุบัน มีการร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอแนะและถกเถียงเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นจริง มีการร่วมออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวภายในชุมชน การมองเห็นโอกาสการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และการสร้างความภูมิใจในการเป็นเจ้าของผลงานวิจัยร่วมกัน การทำงานวิจัยนี้ร่วมกับชุมชนมีจุดเริ่มต้นจากการค้นหาคนในชุมชนที่มีความเข้าใจในบริบทของวิชาการและชุมชน มีศักยภาพด้านการสื่อสารกับคนในชุมชน เข้าใจและเปิดใจในเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน และต้องการเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยให้มาเป็นผู้ร่วมวิจัย โดยผู้ร่วมวิจัยที่เป็นตัวแทนของชุมชนคือ *นายจุฬา ศรีบุตตะ (พ่อจุฬา)* ข้าราชการบำนาญ ผู้เปรียบเสมือนปราชญ์ของชุมชน ท่านเป็นผู้ที่ทรงคุณวุฒิ ที่มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ได้เชิญมาเป็นวิทยากรด้านวัฒนธรรมผู้ไทในหลายโอกาส จึงเป็นที่มาของการเลือกท่านเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยนี้ ซึ่งท่านได้สะท้อนปัญหาของการท่องเที่ยวในตำบลกุดหว้าในหลายด้าน ปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่เกิดขึ้นในชุมชนคือ เมื่อมีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนแล้วรายได้ไม่เกิดกับชุมชนเท่าที่ควรจะเป็น นอกจากนี้พ่อจุฬายังได้แนะนำเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวที่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้คือ *นายธเนศ นุสนทลา (พี่ธเนศ)* รองผู้ใหญ่บ้านโคกโก่ง ซึ่งเป็นผู้จัดการและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทโคกโก่งโฮมสเตย์ และขยายผลการดำเนินงานวิจัยนี้ไปยังเครือข่ายสำคัญอีก 1 คน คือ *นายนารี ศรีกำพล (พ่อนารี)* ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านกุดหว้า และผู้มีชื่อเสียงด้านการผลิตมาลัยไม้ไผ่ตำบลกุดหว้า ซึ่งแต่ละท่านที่นักวิจัยได้ร่วมทำงานนั้นมีความสำคัญมากในด้านการติดต่อประสานงาน การอำนวยความสะดวก การเข้าถึงฐานข้อมูลที่แท้จริง และการขยายเครือข่ายไปยังภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ และเป็นพันธมิตรสำคัญที่ทำให้งานวิจัยนี้เป็นไปตามแผนที่วางไว้อย่างราบรื่น

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

3.1 การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว

การออกแบบกิจกรรมภายใต้แนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม (Wisudthiluck et al., 2013) สามารถออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น 7 กิจกรรม ได้แก่ การทำมาลัยไม้ไผ่ การทำเฟอร์นิเจอร์ไม้ การปักผ้าทอมือ การเรียนทำอาหารผู้ไท การทำสบู่รังไหม การทำภาชนะจักสาน และการทำของชำร่วย ซึ่งกิจกรรมที่ออกแบบมาทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมของคนในชุมชน สอดคล้องกับ Richards (2010) ผู้คิดค้นแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้อธิบายให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งของ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งปรับเปลี่ยนไปจากรูปแบบเดิมอยู่มาก เนื่องจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมนั้นเน้นมวลชนซึ่งใช้เวลาไปกับการเดินทาง เข้าชมและถ่ายภาพสถานที่ต่าง ๆ แต่นักท่องเที่ยวสมัยใหม่มีความปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ ที่ตนเองไปเที่ยว

นอกจากนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้ออกแบบมานั้นยังมีจุดเน้นไปถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหลัก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวคณะทัวร์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ เนื่องจากการออกแบบกิจกรรมมีพื้นฐานแนวคิดที่ว่า ไม่ว่าจะนักท่องเที่ยวกลุ่มใดเข้ามาในชุมชน หากมีความประสงค์อยากทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก็สามารถทำได้โดยไม่ต้องมีการนัดหมายกับเจ้าบ้านผู้ดูแลกิจกรรมล่วงหน้า กล่าวคือ คณะผู้วิจัยได้คัดเลือกกิจกรรมที่คนในชุมชนดำเนินอยู่เป็นประจำ ยึดถือเป็นวิถีชีวิตที่ไม่ต้องเตรียมการอะไรเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาถึงชุมชน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทันที ซึ่งนับว่าเป็นความพร้อมเป็นโอกาสและช่องทางที่จะได้รายได้จากการท่องเที่ยว และเป็นต้นแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 3 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดรายได้

กิจกรรม	ชื่อกิจกรรม	ขนาด (เซนติเมตร)	ระยะเวลา	ราคา (บาท)
1. การทำมาลัยไม้ไผ่				
1	ตุ้มหุมาลัยไม้ไผ่	3 x 3	1 – 1.30 ชั่วโมง	200
2	พวงกุญแจมาลัยไม้ไผ่	5 x 5	0.45 – 1 ชั่วโมง	60
3	เข็มกลัดมาลัยไม้ไผ่	6 x 6	40 นาที	50
4	พวงกุญแจตะไล	3 x 3	40 นาที	50
5	เข็มกลัดแบบโบราณ	10 x 10	30 นาที	30
2. การทำเฟอร์นิเจอร์ไม้				
1	ตะกร้าไม้แอกประสมงค์	สูง 28 x ยาว 25	1 ชั่วโมง	200
2	ที่เก็บข้อนส้อม / มีด	สูง 23 x ยาว 15	30 นาที	50
3	ที่ห้อยพวงกุญแจ	10 x 5 / 15 x 7.5	30 นาที	25 – 50
3. การปักผ้าทอมือ				
1	เสื่อเย็บมือจากผ้าพันคอ	สัดส่วนแต่ละบุคคล	30 นาที	100
2	ผ้าพันคอปักลาย / ปั่นชาย	120 x 33	1 ชั่วโมง	70
3	ผ้าเช็ดหน้าปักลาย / ปั่นชาย	33 x 33	30 นาที	30
4. การทำอาหารผู้ไท				
1	เรียนรู้การทำอาหารพื้นเมืองของชาวผู้ไท โดยใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล แบ่งเป็นอาหารคาว 2 อย่าง อาหารหวาน 2 อย่าง พร้อมรับประทานอาหาร 1 มื้อ 5 อย่าง (รวมเมนูที่ทำ)	1 – 2 คน	2 – 3 ชั่วโมง	350

ตารางที่ 3 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดรายได้ (ต่อ)

กิจกรรม	ชื่อกิจกรรม	ขนาด (เซนติเมตร)	ระยะเวลา	ราคา (บาท)
5. การทำสบูร้งใหม่				
1	ทำสบูร้งใหม่ (ขนาดใหญ่)	7.5 x 7.5	30 นาที	50
2	ทำสบูร้งใหม่ (ขนาดกลาง)	5.5 x 5.5	20 นาที	20
3	ทำสบูร้งใหม่ (ขนาดเล็ก)	3 x 2	15 นาที	10
6. การทำภาชนะจักสาน				
1	ตะกร้า (กะหยัง) ดอกใหญ่	30 x 30	ไม่จำกัด	150
2	ตะกร้า (กะหยัง) ดอกเล็ก	22 x 22	ไม่จำกัด	150
3	หวดนั่งข้าวเหนียว (สาน 3 ชั้น)	30 x 27	ไม่จำกัด	250
5. การทำของชำร่วย				
1	พวงกุญแจรูปสัตว์ (ปักมือ)	สูง 12	45 นาที	40
2	ผ้าเช็ดมือตุ๊กตา	ยาว 60	30 – 45 นาที	70
3	ตุ้มหูปัก	1.5 x 3	45 นาที	60

ที่มา: Researcher



ภาพที่ 3 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์

ที่มา: Researcher

3.2 การพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชนต้นแบบที่สอดคล้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

งานวิจัยนี้จัดให้มีการอบรมมัคคุเทศก์ชุมชนต้นแบบและอาสาสมัครมัคคุเทศก์ชุมชนเพื่อให้เป็นหัวใจหลักในการกระตุ้นการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวในชุมชน และให้สอดคล้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้ออกแบบไว้ Thongsamak et al. (2013) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะเป็นส่วนหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเปลี่ยนประสบการณ์เป็นการสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยว โดยการอบรมมัคคุเทศก์ชุมชนดังกล่าวได้นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว (สรุปผลการวิจัยข้อ 1) ประกอบกับการนำหลักการและเทคนิคการปฏิบัติงานนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ตามหลักของสหพันธ์มัคคุเทศก์โลกมาออกแบบคู่มือการอบรม ซึ่งคณะผู้วิจัยล้วนเป็นอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยวและยังรับผิดชอบการสอนในวิชาด้านมัคคุเทศก์ด้วยแล้วจึงสามารถพัฒนาคู่มือการอบรม เนื้อหาสาระภายในเล่มได้อย่างเหมาะสม

การจัดการอบรมมัคคุเทศก์ชุมชนได้แบ่งการอบรมออกเป็น 2 รอบ จำนวน 2 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มที่ 1 มัคคุเทศก์ชุมชนต้นแบบ เช่น ผู้นำชุมชน ครู นักเรียน กลุ่มอาชีพต่าง ๆ คนในชุมชน จำนวน 17 คน และกลุ่มที่ 2 อาสาสมัครมัคคุเทศก์ชุมชน ซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในพื้นที่ จำนวน 52 คน นับเป็นการสร้างและยกระดับมัคคุเทศก์ในชุมชน ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญกับการท่องเที่ยวชุมชน และเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่าองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวสมบูรณ์มากขึ้น เนื่องจากมัคคุเทศก์เข้ามา มีบทบาทเป็นสื่อกลางระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน มัคคุเทศก์ชุมชนเป็นผู้ให้บริการ แนะนำให้ข้อมูลชุมชน และจะนำพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมชุมชน พาทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จูงใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงิน และเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้ให้กับชุมชน อันจะเป็นการยกระดับรายได้ของชุมชนเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ยังจัดให้มีการทดลองเที่ยวเพื่อประเมินภาพรวมของมัคคุเทศก์ชุมชนและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนที่ได้ออกแบบไว้ ซึ่งได้จัดให้มีการทดลองเที่ยว 2 รอบ โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายรอบที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยนในกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทย-จีน ระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน – 13 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ จำนวน 43 คน ซึ่งได้บูรณาการกิจกรรมดังกล่าวกับงานวิจัยนี้ และการทดลองเที่ยว รอบที่ 2 กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์อาชีพ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว มาเป็นผู้ทดลองเที่ยวและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชนรวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้ออกแบบ โดยจะจัดให้มีการทดลองเที่ยวขึ้นในวันที่ 17-18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 โดยคณะผู้วิจัยได้ออกแบบให้มีการนำนักศึกษากลุ่มนี้ลงพื้นที่ชุมชน ตำบลกุดหว้า และได้ให้นักท่องเที่ยวสัมผัสและมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งการทดลองเที่ยวครั้งนี้จัดให้มีมัคคุเทศก์ชุมชนได้เป็นผู้นำเที่ยวและพาทำกิจกรรมโดยมีนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนเป็นล่ามคอยแปลภาษาไปพร้อมกับการดำเนินกิจกรรมทดลองเที่ยวตลอด 2 วัน 1 คืน เน้นไปยังการสร้างความปลอดภัยในวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมของชาวผู้ไทผ่านการให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์กับชุมชน โดยเฉพาะการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การทดลองทำมาลัยไม้ไผ่ การปักผ้าทอมือ การทดลองทำอาหารตำรับผู้ไท เป็นต้น ซึ่งภาพรวมของการทดลองเที่ยวเป็นที่น่าพึงพอใจเนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สนุก และตื่นตัวกับกิจกรรมดังกล่าว นอกจากนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 เกิดการระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

ส่งผลถึงความวิตกกังวลต่อการระบาดของเชื้อในพื้นที่ชุมชน ประกอบกับนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่มีจำนวนน้อยและไม่มีในที่สุด ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยดังกล่าวหยุดชะงัก อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 คลี่คลาย ผู้วิจัยได้นำผลของการศึกษากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนอีกครั้งในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2566

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างโอกาสจากการท่องเที่ยวให้เกิดรายได้กับชุมชน เป็นการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ แก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่ไม่เกิดรายได้กับชุมชนได้ตรงจุด หรือนำมาเป็นจุดขายในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดได้ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปสร้างจุดขายทางการตลาด และสามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตรงกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ภายใต้โครงการการพัฒนากระบวนการจัดการงานวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์

References

- Cros, H. D. & McKercher, B. (2015). **Cultural Tourism**. Routledge.
- Cros, H. D. & McKercher, B. (2020). **Cultural Tourism**. Routledge.
- Design for Creative Economy (DCE). (2020). **Creative Tourism Concepts**. <http://www.dce.arch.chula.ac.th/index.php/2021/02/28/creative-tourist/>
- Mahiphan, F. (2023). **Principles of Tourist Guide**. Chulalongkorn University Press
- Ministry of Tourism and Sports (MOTS). (2023). **Tourism Economic Review**. <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf>
- National Economic and Social Development Council (NESDC). (2017). **Social and Quality of Life Database System**. <https://social.nesdc.go.th/social/>
- Partale, K. (2020). **The Tourism Value Chain, Analysis and Practical Approaches for Develop Cooperation Projects**. https://www.switch-asia.eu/site/assets/files/2460/giz_tourism_value_chains_en.pdf
- Porter, M. E. (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. Free Press.
- Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development. In Wurzburger, R. et al. (eds.), **Creative Tourism: A Global Conservation – How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide**. Sunstone Press.
- Thongsamak, J., Jitpakdee, R. & Aujirapongpan, S. (2013). Creative Tourism: Direction of Sustainable Tourism Development. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 8(2), 91–104.
- Tourism Authority of Thailand (TAT). (2022). **Domestic Market Tourism Situation 2022**. <https://tatreviewmagazine.com/article/situation2022-domestic/>
- Weng, L., Ling, Z. & Bao, J. (2020). The Effect of Tour Interpretation on Perceived Heritage Values: A Comparison of Tourists with and Without Tour Guiding Interpretation at a Heritage Destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100431.
- Wisudthiluck, S., Saiphan, P. & Sindecharuk, T. (2013). **Creative Tourism**. Special Area Development Organization for Sustainable Tourism (Public Organization).
- World Tourism Organizations (UNWTO). (2014). **Tourism**. <http://www2.unwto.org/en/search/node/tourism>
- World Tourism Organizations (UNWTO). (2020). **Tourism in Pre-Pandemic Times**. <https://untourism.int/covid-19-and-tourism-2020>