

แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
จังหวัดศรีสะเกษ



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
ตุลาคม 2568
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
จังหวัดศรีสะเกษ



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
ตุลาคม 2568
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

AN APPROACH TO THE DEVELOPMENT AND THE PROMOTION OF
CREATIVE TOURISM IN SISAKET PROVINCE



NATAKAMOL WONGPUKDEE

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment
of the Requirements for the Master of Arts Degree
in Tourism, Hotel, and Service Business Management

October 2025

Copyright 2025 by University of Phayao

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
เรื่อง
แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
จังหวัดศรีสะเกษ

ของ ณัฐกมล วงศ์ภักดี

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจ

บริการ

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชุมนะ เตชคณา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา

(ดร. ณัฐรินทร์ ปริวงค์กุลธร)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. รักษิต สุธธิพวงษ์)

เรื่อง:	แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดศรีสะเกษ
ผู้ศึกษาค้นคว้า:	ณัฐกมล วงศ์ภักดี, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: ศศ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และ ธุรกิจบริการ), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2568
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา
คำสำคัญ:	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การพัฒนา, การส่งเสริม, วัฒนธรรม, กิจกรรมสร้างสรรค์

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดศรีสะเกษ” มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ เพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์และโครงการต่างๆ ที่จำเป็นเพื่อความสำเร็จ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องและ / หรือมีความรู้กับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดศรีสะเกษ 4 ภาค ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภาคชุมชน และภาควิชาการ จำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเชิงหน้า แบบคุยทางโทรศัพท์และทางไลน์ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูล และวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ศรีสะเกษมีศักยภาพด้วยทรัพยากรทุนทางวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์และความงามทางธรรมชาติ มีจุดแข็งที่เอกลักษณ์และวัฒนธรรมผสมไทย-เขมร และประวัติศาสตร์ ความเป็นมาที่ยาวนาน แต่ต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวทุกด้าน และต้องปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ขณะนี้ยังไม่ดีพอ และต้องพัฒนาความรู้ จิตสำนึกให้คนในศรีสะเกษมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของศรีสะเกษ มีทักษะในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในฐานะทูตวัฒนธรรมของศรีสะเกษ ที่สำคัญคือ ต้องใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งในการทำธุรกรรมและการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ความสำเร็จอยู่ได้ด้วยการสร้างเครือข่ายให้ทุกฝ่ายทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ พัฒนาระบบฐานปรัชญาความยั่งยืน และยึดหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนให้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวกระจายสู่คนในชุมชนอย่างเป็นธรรม

Title: AN APPROACH TO THE DEVELOPMENT AND THE PROMOTION OF
CREATIVE TOURISM IN SISAKET PROVINCE

Author: Natakamol Wongpukdee, Independent Study: M.A. (Tourism, Hotel, and Service Business
Management), University of Phayao, 2025

Advisor: Associate Professor Dr. Seri Wongmonta

Keywords: Creative Tourism, Development, Promotion, Culture, Creative Activities

ABSTRACT

The research titled “Guidelines for the Development and Promotion of Creative Tourism in Sisaket Province” aims to explore strategies for developing and promoting creative tourism in Sisaket, in order to propose necessary strategies and projects for success. This study is qualitative research, conducted through in-depth interviews with 18 experts related to or knowledgeable about the development and promotion of creative tourism in Sisaket Province from four sectors: government, private tourism industry operators, community, and academia. The research tool was a semi-structured questions used for face-to-face, telephone, and LINE interviews according to the informants’ preferences, and the data were analyzed using content analysis.

The research findings reveal that Sisaket has potential due to its cultural and historical capital and natural beauty. Its strengths lie in its unique Thai-Khmer mixed culture and long historical background. However, all components of tourism need development, including improvements in infrastructure and facilities, which are currently inadequate. It is also necessary to enhance the knowledge and awareness of Sisaket residents about the province’s culture and history, and to develop their skills to be good hosts as cultural ambassadors of Sisaket. Importantly, digital technology should be utilized for transactions and communication to promote tourism. Success depends on building networks for integrated collaboration among all parties, developing based on sustainability philosophy, and adhering to community-based tourism development principles to ensure that tourism benefits are fairly distributed to local communities.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ที่ได้ให้ความเมตตาให้คำแนะนำทำให้การวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชูขณะ เตชคณา ประธานการสอบปกป้องการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองที่ท่านเสียสละเวลาอ่านผลงานและให้คำแนะนำเพื่อให้ผลงานชิ้นนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น และขอขอบคุณ ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร ที่เสียสละเวลามาเป็นกรรมการบัณฑิตในการสอบและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงผลงานให้ดียิ่งขึ้น

ขอขอบคุณทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยในครั้งนี้ ให้การสนับสนุนข้อมูลการให้สัมภาษณ์และข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคุณไอลดา บุรณะสัมฤทธิ์ และคุณมนต์ทิพย์ บุนนาค ที่ให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงานด้านเอกสารตามระเบียบของวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยให้ครบถ้วนตามข้อกำหนดให้สามารถจบการศึกษาได้ และประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้จัดทำขออุทิศแต่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

ณัฐกมล วงศ์ภักดี



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามสำหรับการทำวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	9
หลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน	25
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	44
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	63
ชุมชนศึกษาจังหวัดศรีสะเกษ	74
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	76
กรอบแนวคิดการวิจัย	84

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	85
ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants).....	85
เครื่องมือในการวิจัย.....	85
การวิเคราะห์ข้อมูล	86
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	87
ศักยภาพของจังหวัดศรีสะเกษในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	87
แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ	91
จุดแข็งและจุดอ่อนของศรีสะเกษในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	98
โอกาสและอุปสรรคของศรีสะเกษในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	100
สิ่งที่ต้องพัฒนาเพื่อทำให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	103
กิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ.....	108
ทรัพยากรการท่องเที่ยวในการนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ของศรีสะเกษ	111
แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ	114
โครงการที่ควรจัดทำเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ	121
ข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูล.....	126
บทที่ 5 บทสรุป.....	129
สรุปผลการวิจัย.....	129
อภิปรายผล.....	142
ข้อเสนอแนะ	151
บรรณานุกรม.....	157
ประวัติผู้วิจัย.....	162

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย 84

ภาพ 2 กรอบยุทธศาสตร์ของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ 154



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) มีความน่าสนใจน้อยลง เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ไปดู ไปเรียนรู้ มากกว่าการได้ทำอะไรบางอย่าง แต่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันสนใจที่จะได้เรียนรู้และลงมือทำกิจกรรมบางอย่างที่ท้าทายความสามารถในการสร้างสรรค์ของพวกเขา เช่น งานหัตถกรรม การแกะ งานปั้น งานการแสดง เช่น การเล่นดนตรี การเต้นรำ การทำอาหาร และกิจกรรมอื่น ๆ ที่น่าสนใจ พื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการสร้างสรรค์อย่างใดอย่างหนึ่ง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่แห่งประสบการณ์ กิจกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่จะเป็นการเชื่อมต่อภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษสู่คนในยุคปัจจุบัน ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ เป็นการปรับเปลี่ยนแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ให้พัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาโอกาสให้กับตนเอง ในการค้นหาตัวตนผ่านการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศต่าง ๆ เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ดังที่เป็นวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว ได้มีโอกาสสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่จากการลงมือทำกิจกรรมร่วมกับผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว ได้ประสบการณ์ดี ๆ จากการได้เรียนรู้ ได้สัมผัสและได้ลงมือทำ เป็นประสบการณ์ที่ดี ที่ควรค่าแก่การจดจำ อีกทั้งยังสามารถนำประสบการณ์ที่ได้มาปรับใช้ในชีวิตประจำวันหรือการทำงานได้ อาจจะกล่าวได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับความนิยมมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ อันเนื่องมาจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเน้นการมีส่วนร่วมทางความคิด การแสดงออกและการลงมือปฏิบัติเพื่อเติมเต็มคุณค่าของการท่องเที่ยวจากประสบการณ์ใหม่ ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในท้องถิ่น ได้รับความรู้ ได้ลงมือทำในสิ่งที่อาจไม่เคยได้ทำมาก่อน และได้เรียนรู้เข้าใจถึงความหมายของวัฒนธรรมในมิติต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง

ที่ผ่านมาองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ได้ร่วมกับหน่วยงานที่ขับเคลื่อนเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าและออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยเครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ อพท. ที่เรียกว่า 3S ได้แก่ 1) Storytelling การออกแบบการเล่าเรื่อง 2) Senses การออกแบบกิจกรรมให้เกิดอารมณ์ และ 3) Sophistication การออกแบบลีลาการนำเสนอ

และสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเติมเสน่ห์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่มีการบริหารจัดการที่ดีควบคู่ไปกับการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาศัยฐานของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นของชุมชนหรือพื้นที่ในการพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวอันจะได้จากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่สำคัญ คือ การให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการลงมือทำการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของคนในสังคมหรือชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของทรัพยากร หรือเจ้าบ้านเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจผ่านประสบการณ์ที่เกิดขึ้น

ยูเนสโก UNESCO ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยชุมชนจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชนในมิติของการเรียนรู้และการทดลองปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เพื่อให้ได้ประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างอดีตและปัจจุบัน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชน อย่างกลมกลืน และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่าง ๆ ในชุมชน หลาย ๆ ชุมชนในประเทศไทย ทั้งในกรุงเทพ และจังหวัดต่าง ๆ หันมาสนใจพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นองค์ประกอบของการพัฒนาความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจของชุมชน

จังหวัดศรีสะเกษ มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและด้านประวัติศาสตร์ ที่เป็นที่มาของจังหวัดศรีสะเกษที่รุ่งเรืองมาตั้งแต่การเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรขอม และมีการสร้างสรรค์อยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้วิจัยเห็นศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวศรีสะเกษจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ทำกิจกรรมใด ๆ อย่างไรก็ตาม การสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรม ด้านการทำอาหาร ด้านการเกษตร ด้านการร่วมกิจกรรมทางประเพณีและงานเทศกาลสามารถจัดทำเป็นเพื่อกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จะสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับคนในพื้นที่ การจัดกิจกรรมดังกล่าวน่าจะเป็นแนวทางที่จะเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนศรีสะเกษ

ผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษาแสวงหาข้อมูลที่จะนำมาใช้เป็นฐานในการวางแผนแนวทางการพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดศรีสะเกษ

คำถามสำหรับการทำวิจัย

1. จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพที่จะเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้หรือไม่
2. การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดศรีสะเกษ ควรดำเนินการอย่างไร
3. การส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จังหวัดศรีสะเกษ ควรดำเนินการอย่างไร
4. นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศรีสะเกษ มีการท่องเที่ยวประเภทอะไรบ้าง ที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของศรีสะเกษในการที่จะเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. เพื่อแสวงหาแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดศรีสะเกษ
3. เพื่อแสวงหาแนวทางในการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จังหวัดศรีสะเกษ
4. เพื่อกำหนดการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่: ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่การทำวิจัยในจังหวัดศรีสะเกษ
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา: ในการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ โดยกำหนดกิจกรรมสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชาวบ้านในจังหวัดศรีสะเกษ

3. ขอบเขตด้านประชากร: ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องการพัฒนาและการส่งเสริมให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษ ภาคเอกชนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวด้านการตลาด และด้านการสื่อสารการตลาด

นิยามศัพท์เฉพาะ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การปรับปรุงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวทุกมิติให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และสามารถสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ กำหนดแนวทางการส่งเสริมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้วยการใช้การสื่อสารเพื่อการจูงใจหลากหลายรูปแบบด้วยการพัฒนาเนื้อหาและการเลือกช่องทางในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกับเจ้าหน้าที่ในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษ โดยเน้นภูมิปัญญา เพื่อสร้างกิจกรรมขึ้นมา นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสามารถผลิตสินค้าที่เป็นอาหารประจำท้องถิ่นได้

กิจกรรมสร้างสรรค์ คือ กิจกรรมบนฐานวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชุมชนศรีสะเกษ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และหัดทำด้วยการปฏิสัมพันธ์กับผู้เชี่ยวชาญการสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ

องค์ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่ต้องมีความพร้อมในชุมชนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งที่เพิ่มคุณค่าให้การท่องเที่ยว (Amenities) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรม (Activities) และการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกในพื้นที่ (Ancillaries)

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง วิธีการสื่อสาร เนื้อหาในการสื่อสาร และช่องทางในการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวรู้จักและมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับจังหวัดศรีสะเกษ มีความพึงพอใจและเกิดแรงบันดาลใจเพื่อทำกิจกรรมการสร้างสรรค์ในจังหวัดศรีสะเกษ

การบริหารจัดการการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การตั้งคณะทำงานที่ประกอบด้วยบุคคลหลายฝ่ายทำงานร่วมกันแบบบูรณาการในการกำหนดแนวทางและโครงการต่าง ๆ ที่จะทำให้จังหวัดศรีสะเกษเป็นพื้นที่เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ได้เรียนรู้ศักยภาพของศรีสะเกษในการที่จะเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. ได้แนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดศรีสะเกษ
3. ได้แนวทางในการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จังหวัดศรีสะเกษ
4. ได้กำหนดการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยว



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และหลักการต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะนำเสนอเป็นลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
3. การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน
4. การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
6. ชุมชนศึกษาจังหวัดศรีสะเกษ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นิยามและความหมายของการท่องเที่ยว

ตามนิยามขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากถิ่นพำนักปกติ คือ เป็นการเคลื่อนย้ายจากสถานที่ ที่อยู่อาศัยตามปกติ ไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว คือ ไม่ได้เป็นการย้ายถิ่นฐานถาวร แต่เป็นการเดินทางในช่วงเวลาหนึ่ง โดยสมัครใจ คือ การเดินทางเป็นไปตามความต้องการและความตั้งใจของตนเอง และมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หาความรู้ หรือความเพลิดเพลิน โดยไม่ได้รับรายได้จากการเดินทางนั้น การเดินทางต้องมีระยะทางตั้งแต่ 40 กิโลเมตรขึ้นไปจากบ้านเพื่อแยกจากการเดินทางในชีวิตประจำวัน

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Buhalis (2000) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางออกจากภูมิลำเนาไปเยือนสถานที่ต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สถานที่ซึ่งมีเสน่ห์และเอกลักษณ์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการไปเยือน มีทั้งความงามของธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม เมืองเก่า อุทยาน ประวัติศาสตร์ เมืองโบราณ อนุสรณ์สถาน อาคารสถาปัตยกรรม เช่น วัด วัง โบสถ์ สวนสนุก พิพิธภัณฑ์

พื้นที่อุตสาหกรรมตลอดจนชุมชนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มชนด้านจารีต ประเพณี ศิลปะ และการแสดงทางวัฒนธรรมต่างๆ

2. ที่ค้างแรม (Accommodation) หมายถึง สถานที่ที่มีการจัดเตรียมไว้ในการพักค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น Motel โรงแรม Camp Ground บ้านพักชาวบ้าน (Homestay) บ้านเช่าชั่วคราว (Airbnb) และที่ค้างแรมรูปแบบอื่น ๆ ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ที่ค้างแรมในพื้นที่ท่องเที่ยวต้องมีปริมาณที่มากพอหลายรูปแบบและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการต่างกัน อีกทั้งที่ค้างแรมจะต้องมีบริการอื่นเสริม เช่นร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าแหล่งบันเทิง และบริการอื่น ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาค้างแรม

3. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง เส้นทางที่นักท่องเที่ยวจะใช้ในการเดินทางไปยังพื้นที่ท่องเที่ยว เดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทาง ต้องมีทางเลือกที่หลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ทั้งการเดินทางด้วยเครื่องบินทางอากาศ เดินทางด้วยเรือทางน้ำ เดินทางด้วยรถไฟทางราง และเดินทางด้วยรถประจำทางหรือรถส่วนตัวทางบก การเดินทางจะต้องสะดวกและปลอดภัยในเส้นทาง

4. กิจกรรม (Activity) หมายถึง สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถปฏิบัติได้ในพื้นที่ท่องเที่ยวได้ เช่น การเล่นกีฬา เล่นเกม นันทนาการ การผจญภัย การแสดง การทำกิจกรรมสร้างสรรค์ การใช้ชีวิตตามวิถีของชาวบ้านในชุมชน การร่วมกิจกรรมตามขนบธรรมเนียมประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ

5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Ancillary) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในขณะที่อยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งสิ่งที่จำเป็นต้องได้และสิ่งที่จำเป็นต้องไม่ได้ เช่น ระบบการสื่อสาร สาธารณูปโภค การขนส่งสาธารณะ ศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ไพรชาณีย์ ร้านสะดวกซื้อ โรงพยาบาล คลินิก ร้านขายยา หรือบริการอื่นๆที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายในขณะที่พำนักอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว

6. สิ่งเสริมคุณค่าประสบการณ์การท่องเที่ยว (Amenity) หมายถึง ผลิภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่จะเพิ่มคุณค่าในประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น ชีวิตกลางคืน การแสดงทางวัฒนธรรม ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ร้านอาหารท้องถิ่น ร้านขายของที่ระลึก ศูนย์การค้าที่มีชื่อเสียง บ่อนการพนันและศูนย์บันเทิง (Casino and Entertainment Complex)

เสรี วงษ์มณฑา (2565) ได้นำเสนอองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพิ่มเป็น 10 A's โดยมีองค์ประกอบที่เพิ่มเติมดังต่อไปนี้

7. บรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว (Atmosphere) หมายถึง การดูแลสถานที่ให้มีความสะอาด การออกแบบอาคารบ้านเรือน การสร้างกลิ่นบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ หรือตกแต่งถนน และการตกแต่งเส้นทางริมถนนให้มีความสวยงาม รวมทั้งความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว

8. ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ (Amiability) หมายถึง พฤติกรรมของคนในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นมิตร การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่เป็นทูตของสถานที่ และเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีในการเผยแพร่เรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยว

9. การทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (Authority) หมายถึง การปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว การปฏิบัติตามนโยบาย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวด้วยจิตวิญญาณการบริการ และทักษะในการปฏิสัมพันธ์ที่ดี

10. มีการจัดนำเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Availability) หมายถึง การมีบริษัทนำเที่ยวนำเอาพื้นที่ท่องเที่ยวไปเป็นส่วนหนึ่งของรายการนำเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้มาเยือนสถานที่ดังกล่าวด้วยความสะดวกสบาย และทำให้สถานที่ดังกล่าวเป็นที่รู้จัก

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

เสรี วงษ์มณฑา (2565) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวคือสิ่งที่สามารถใช้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนพื้นที่ท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย

1. ทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำ ลำธาร ทะเล หาดทราย ถ้ำ น้ำตก ภูเขา ลักษณะภูมิประเทศที่มีความงาม หรือมีลักษณะพิเศษบางประการที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ
2. ทรัพยากรที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อื่น เมื่อเวลาผ่านไปได้กลายเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในปัจจุบัน เช่น วัด วัง โบสถ์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน อาคารที่มีรูปสวยงามเป็นพิเศษ หรือมีรูปทรงแปลกเป็นเอกลักษณ์ อาคารรัฐสภา ศาลาว่าการ เป็นต้น
3. ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสาธารณะ สวนสนุก สถานที่เล่นกีฬา สถานที่เล่นเกม สถานที่สำหรับทำกิจกรรมผจญภัย และสถานที่สำหรับทำกิจกรรมสร้างสรรค์
4. ทรัพยากรทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาล อาหาร การแต่งกาย การทำงาน การแสดงทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ตำนาน ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

การพัฒนาการท่องเที่ยว

Xu and Sofield (2016) อธิบายว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การใช้ประโยชน์และการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพและมีผลที่น่าเชื่อถือได้ โดยจะต้องพัฒนาบนพื้นฐานของปรัชญาความยั่งยืนและหลักการของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนที่หมายถึง การให้สิทธิอำนาจแก่ประชาชนในท้องถิ่นในการแสดงความคิดเห็นและการร่วมกันตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ Murphy (1985) ตอกย้ำว่าในการพัฒนา

การท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับระบบนิเวศ ด้วยการป้องกันและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ระเบียบสังคม และวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีและเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนเจ้าของพื้นที่จะต้องเป็นการพัฒนาที่ให้เป็นการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน โดยคนในชุมชนเพื่อคนในชุมชน

จากการศึกษา ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนจะต้องเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ในขณะเดียวกันก็ต้องเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานปรัชญาความยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

World Tourism Organization (WTO) หรือองค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (Blomberg-Nygard & Anderson, 2016) ได้ให้คำจำกัดความล่าสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism Segments) หากแต่เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) โดยทั่วไป การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันจนถึงคนในอนาคต ดังนั้นหลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความของ WTO จึงประกอบด้วย

1. การท่องเที่ยวต้องตระหนักถึงใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด
2. ให้ความสำคัญในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน
3. การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholder) นอกจากนี้ ยังต้องก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย

มีผู้เชี่ยวชาญเป็นจำนวนมากได้พยายามอธิบายความหมายและรายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังต่อไปนี้

กุศล โชติรัตน์ และคณะ (2545) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยที่มีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้ มีความหมายถึง การจัดการทรัพยากร

เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย

เฉลิมลาภ คเนจร ณ อยุธยา (2545) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชนบทธรรมนิยม และประเพณีของท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวควรต้องศึกษาสภาพความเป็นไปของท้องถิ่นที่ไปเยือน ขณะเดียวกันคนในท้องถิ่นก็ต้องเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของตน ให้กับนักท่องเที่ยว และร่วมรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตให้คงอยู่สืบไป เพื่อที่อนุชนรุ่นหลัง จะได้สัมผัสคุณค่าเช่นเดียวกันนี้ต่อไป (สรุปความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่สุด ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สามารถดำรงรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ วัฒนธรรม การดำรงชีวิต เอกลักษณ์ของชาติให้ยืนยาว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ในความเห็นของ David Pearce การพัฒนาที่ยั่งยืน ก็คือ ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ โดยไม่เป็นอันตรายต่อสวัสดิภาพของคนยุคต่อไปดีขึ้นโดยต้องมีการพัฒนา 4 องค์ประกอบ คือ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม จิตใจมนุษย์ และเศรษฐกิจ ดังนี้

1. ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ ยังคงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้เหมือนเดิมที่สุด ไม่ควรให้ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไปมากนัก หรือถ้าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงต้องชดเชยหรือทดแทนธรรมชาติที่เสียไป มนุษย์ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหา สิ่งแวดล้อมจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาล เอกชน และประชาชน จะต้องได้รับความสนใจทั้งในระดับนโยบาย ระดับการวางแผน และระดับปฏิบัติ

2. สังคม คือ ประชาชนมีคุณภาพดีกินดีอยู่ดี สังคมปลอดภัยสงบสุข เป็นสังคม ที่ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ยังคงมีวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

3. จิตใจและมนุษย์ ต้องมีการพัฒนาทั้งด้านร่างกายและจิตใจให้เข้มแข็งและสมบูรณ์อยู่เสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของจิตใจ

4. เศรษฐกิจ ต้องมีการหมุนเวียนของรายได้ มีมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น มีการผลิตที่เหมาะสมกับทรัพยากรและความต้องการของผู้บริโภค โดยที่การผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์แบบใหม่ที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัยให้แก่ชุมชน รวมทั้งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร (Information Age)

กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนแยกออกเป็น 2 ระบบ คือ

1. ระบบพัฒนามนุษย์ โดยพัฒนามนุษย์ในฐานะที่เป็นมนุษย์ให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ด้วยการพัฒนามนุษย์ให้ครบสมบูรณ์ทั้งสามระดับ คือ ระดับพฤติกรรม ระดับจิตใจ และ

ระดับปัญญา เมื่อพัฒนามนุษย์ให้มีปัญญาและเข้าใจความเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธรรมชาติแล้ว มนุษย์ก็จะปฏิบัติต่อชีวิต สังคม และธรรมชาติอย่างถูกต้อง และมีความสุขในระดับขั้นต่าง ๆ จนถึงความเป็นอิสรภาพแห่งการพึ่งตนได้ โดยการหลุดพ้นจากการไฝหะยานหาสิ่งเสพบำเรอสุข

2. ระบบการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากถือเอามนุษย์ที่มีการพัฒนาในฐานะที่เป็นมนุษย์แล้ว ยังต้องถือเอามนุษย์ที่มีการพัฒนาในฐานะที่เป็นทรัพยากรมนุษย์เป็นแกนกลางใน ด้วยการเป็นปัจจัยตัวกระทำที่ไปประสานปรับเปลี่ยนบูรณาการในระบบสัมพันธ์ องค์ประกอบใหญ่ คือ ระบบมนุษย์ ระบบสังคม และระบบธรรมชาติ ให้เป็นระบบแห่งการดำรงอยู่ ด้วยดีของมนุษย์อย่างต่อเนื่องเรื่อยไป การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทั้งสาม ระบบดำเนินไปด้วยดี โดยที่ทุกส่วนเป็นปัจจัยส่งผลในทางเกื้อกูลแก่กันและดำรงอยู่ด้วยกันด้วยดี

ดังนั้น กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องมีการพัฒนาแบบสมดุลและผสมผสาน ในทุก ๆ องค์ประกอบทั้งการพัฒนาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม จิตใจมนุษย์ การเมืองและเศรษฐกิจ โดยไม่มุ่งพัฒนาเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น ต้องพิจารณาและพัฒนา ทุกองค์ประกอบไปพร้อม ๆ กันอย่างเป็นภาพรวม

การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนคือจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นที่รับรู้อย่างกว้างขวางในการวางนโยบายสาธารณะของประเทศต่าง ๆ การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ จะให้ความสำคัญกับความยั่งยืนเช่นกัน (Goodwin & Santilli, 2009) แนวคิดเรื่องความยั่งยืนเป็นการสร้างสมดุลแบบบูรณาการระหว่างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ การดำรงรักษาคุณภาพของสภาพแวดล้อม และการดำรงรักษาสังคมและวัฒนธรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางสังคม อันได้แก่สถาบันครอบครัว อัตลักษณ์แห่งวัฒนธรรมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ อันได้แก่รายได้และการจ้างงาน และใส่ใจคุณภาพของสภาพแวดล้อมด้วยแนวคิดของการอนุรักษ์

Huras (2015) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนคือการพัฒนาที่ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาตลอดกระบวนการของการพัฒนา เป็นการกระจายอำนาจในการตัดสินใจให้แก่ชุมชน ทุกกิจกรรมของการท่องเที่ยว คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนา เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องจักรของการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สร้างงาน สร้างรายได้ให้คนในชุมชน ด้วยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความงามของธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นสินทรัพย์สำคัญในการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการสร้างความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยความภูมิใจ เป็นการกอบกู้และสืบสานวิถีแห่งวัฒนธรรมที่กำลังเสี่ยงต่อความเสื่อมหาย แนวคิดที่สำคัญ คือ ชุมชนต้องมีโอกาสในการกำหนดอนาคตของตนเอง การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว พวกเขาจะต้องเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต

การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องเป็นการสร้างสรรค์ให้ชีวิตและสังคมดีขึ้น โดยต้องมีการพัฒนา 4 องค์ประกอบ คือ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม จิตใจมนุษย์ และเศรษฐกิจ ดังนี้

1. ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ ยังคงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้เหมือนเดิมที่สุด ไม่ควรให้ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไปมากนัก หรือถ้าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงต้องชดเชยหรือทดแทนธรรมชาติที่เสียไป มนุษย์ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหา สิ่งแวดล้อมจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาล เอกชน และประชาชน จะต้องได้รับความสนใจทั้งในระดับนโยบาย ระดับการวางแผน และระดับปฏิบัติ

2. สังคม คือ ประชาชนมีคุณภาพดีกินดีอยู่ดี สังคมปลอดภัยสงบสุข เป็นสังคมที่ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ยังคงมีวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

3. จิตใจและมนุษย์ ต้องมีการพัฒนาทั้งด้านร่างกายและจิตใจให้เข้มแข็งและสมบูรณ์อยู่เสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของจิตใจ

4. เศรษฐกิจ ต้องมีการหมุนเวียนของรายได้ มีมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น มีการผลิตที่เหมาะสมกับทรัพยากรและความต้องการของผู้บริโภค โดยที่การผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์แบบใหม่ที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัยให้แก่ชุมชน รวมทั้งเป็น ยุคของข้อมูลข่าวสาร (Information Age)

กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนแยกออกเป็น 2 ระบบ ดังนี้

1. ระบบพัฒนามนุษย์ โดยพัฒนามนุษย์ในฐานะที่เป็นมนุษย์ให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ด้วยการพัฒนามนุษย์ให้ครบสมบูรณ์ทั้งสามระดับ คือ ระดับพฤติกรรม ระดับจิตใจ และระดับปัญญา เมื่อพัฒนามนุษย์ให้มีปัญญาและเข้าใจความเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธรรมชาติแล้ว มนุษย์ก็จะปฏิบัติต่อชีวิต สังคม และธรรมชาติอย่างถูกต้อง และมีความสุขในระดับขั้นต่าง ๆ จนถึงความเป็นอิสรภาพแห่งการพึ่งตนได้ โดยการหลุดพ้นจากการเฝ้าทะยานหาสิ่งเสพ

2. ระบบการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากถือเอามนุษย์ที่มีการพัฒนาในฐานะที่เป็นมนุษย์แล้ว ยังต้องถือเอามนุษย์ที่มีการพัฒนาในฐานะที่เป็นทรัพยากรมนุษย์เป็นแกนกลางใน ด้วยการเป็นปัจจัยตัวกระทำที่ไปประสานปรับเปลี่ยนบูรณาการในระบบสัมพันธ์ องค์ประกอบใหญ่ คือ ระบบมนุษย์ ระบบสังคม และระบบธรรมชาติ ให้เป็นระบบแห่งการดำรงอยู่ด้วยดีของมนุษย์อย่างต่อเนื่องเรื่อยไป การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทั้งสาม ระบบดำเนินไปด้วยดี โดยที่ทุกส่วนเป็นปัจจัยส่งผลในทางเกื้อกูลแก่กันและดำรงอยู่ด้วยกันด้วยดี

ดังนั้น กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องมีการพัฒนาแบบสมดุลและผสมผสานในทุก ๆ องค์ประกอบทั้งการพัฒนาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม จิตใจมนุษย์

การเมืองและ เศรษฐกิจ โดยไม่มุ่งพัฒนาเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น ต้องพิจารณาและพัฒนา ทุกองค์ประกอบไปพร้อม ๆ กันอย่างเป็นภาพรวม

พจนา สวนศรี (2546) กล่าวถึง องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ว่ามีอยู่ 4 ด้าน คือ

1. ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
2. องค์กรภายในชุมชน
3. การจัดการของคนในชุมชน
4. การเรียนรู้

จากผลการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชนและท้องถิ่นของ สุดอนอม ต้นเจริญ (2560) ชี้ให้เห็นว่า องค์กรชุมชนถูกจัดตั้งอย่างเป็นทางการ ทำให้มีการจัดการและการเรียนรู้ ซึ่งกันและกัน ภายใต้จิตสำนึกในการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีการรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วีระพล ทองมา (2548)อธิบายว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทั้ง 3 ด้าน คือ

1. ด้านเศรษฐกิจ
2. ด้านวัฒนธรรม
3. สิ่งแวดล้อม

สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสาน สืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้ เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในความรู้สึกรักเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วม ในรักษาทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันใน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ในความหมายที่ครอบคลุม ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง พื้นที่ สิ่งของ กิจกรรม และหรือมิติอื่นใดที่สามารถให้คุณค่า แห่งการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีทั้งที่เป็นรูปธรรมที่สามารถ จับต้องได้ เช่น สิ่งก่อสร้าง ของที่ระลึก ถ้ำ และน้ำตก เป็นต้น และในลักษณะที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ความเป็นชนเผ่า และการละเล่น การแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็น สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของ แต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ในการใช้การท่องเที่ยวสร้างความ

เข้มแข็งทางเศรษฐกิจ แผนงานจะต้องให้ความสำคัญกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การจัดการการท่องเที่ยวที่ดีคือการใช้ทรัพยากรที่ชุมชนที่มีอยู่อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน และเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยให้คนในชุมชนได้ร่วมมือร่วมใจกันตัดสินใจ วางแผน และดำเนินการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ พร้อมทั้งส่งเสริมการรักษาศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และการรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในด้าน วัฒนธรรมระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว (ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2543)

การเปลี่ยนแนวทางการพัฒนาจากอดีตสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ไม่เพียงครอบคลุมระบบชีวภาพ แต่ให้ความสนใจต่อสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วย การพัฒนาอย่างยั่งยืนให้เป็นเป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยวและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวนักวิชาการหลายท่านได้มีการสร้างกรอบแนวคิดหรือแนวทางการพัฒนา ความยั่งยืน นำมาใช้ได้กับการท่องเที่ยวและการจัดการทรัพยากร เช่น แนวทางการใช้สิทธิอำนาจแก่ประชาชนในท้องถิ่นในการปรึกษาและเป็นพันธมิตร (Xu & Sofield, 2016) และจะต้องให้ความสำคัญกับระบบนิเวศของการวางแผนการท่องเที่ยว (Murphy, 1985) ที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการป้องกันและอนุรักษ์ โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับจำนวนของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ชุมชนแต่ละแห่งล้วนมีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชุมชนนั้นมีอยู่นั้นมีอยู่ บางชุมชนมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันได้แก่ น้ำตก ป่าเขาลำเนาไพร รวมทั้งสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่หลากหลายชนิด บางชุมชนมีความโดดเด่นในด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัด วัง โบราณสถาน ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นที่น่าสนใจ ร่องรอยทางด้านโบราณคดี

แนวคิดเรื่องพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เสรี วงษ์มณฑา (2565) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม วิถีชีวิตของสังคมและวัฒนธรรมชุมชน การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอาจจะส่งผลกระทบเชิงลบกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงมีความพยายามของภาคส่วนต่าง ๆ ที่จะปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน ไม่มีความเสื่อมโทรม จึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีคำอธิบายว่าการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยว ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในปัจจุบันได้มีการเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด เพื่อที่จะสามารถรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ ไว้ได้ระยะยาว

การท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน และอนาคตที่จะเกิดขึ้นจากความต้องการของนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความรับผิดชอบต่อ

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งการให้ประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของชุมชน การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยรติดกับผู้คนในท้องถิ่น

ดร.ชนิ เอมพันธุ์ (2550) อธิบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาและดำเนินกิจการด้านการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ไว้ได้ระยะยาว โดยคำนึงถึงผลกระทบทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะมุ่งเน้นการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วยสำนึกของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และคนในชุมชนที่มีความรับผิดชอบที่จะดำรงความยั่งยืนของมิติต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. มิติความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว
2. มิติทางนิเวศวิทยาที่เน้นความสำคัญของระบบนิเวศวิทยา
3. มิติของการแข่งขันแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในระยะยาว
4. มิติที่ยอมรับการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

หลักการของการพัฒนาที่ยั่งยืน

Eber (1993) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนมีหลักการที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่จะต้องเข้าใจประเด็นความเป็นมาทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน แล้วดำเนินการพัฒนาด้วยหลักการ 7 ประการ มีดังนี้

1. การมีส่วนร่วมด้วยการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ด้วยการสื่อสารที่ชัดเจน
2. การตัดสินใจด้วยการลงประชามติที่เห็นชอบไปในทิศทางเดียวกันหลังจากการได้รับฟัง

ความคิดเห็นของฝ่ายต่าง ๆ ภายในชุมชน

3. การเป็นหุ้นส่วนปฏิบัติเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่ง มีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน มีการสร้างเครือข่ายสังคมภายในชุมชนเพื่อเอาไว้ปรึกษาหารือเรื่องการดำเนินงาน การแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยสมาชิกของชุมชนที่มีความรู้ ความสามารถและทักษะที่แตกต่างกัน มาร่วมกันรับมือกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่าง ๆ ที่มีผลกระทบกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

4. การกำกับดูแลของเจ้าหน้าที่การปกครองท้องถิ่นที่มีความโปร่งใส มีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบตามหลักการของธรรมาภิบาล มีบรรทัดฐานและมาตรการในการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพให้เป็นวัฒนธรรมของชุมชน

5. การจัดการให้ข้อมูลแก่คนในชุมชน มีแหล่งข้อมูลที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ในเวลาที่ต้องการ รวมทั้ง นักท่องเที่ยวที่สนใจอยากจะรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนก็ต้องค้นหาได้โดยสะดวก และมีข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนเพียงพอ

6. การปรับปรุงของชุมชน หมายถึงการตรวจสอบ ประเมินความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำผลของการประเมินมาพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น โดยการประเมินและการปรับปรุงควรจะต้องเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

7. วิถีชีวิตที่ดีของชุมชน ต้องได้รับการดำรงรักษาให้มีความยั่งยืนโดยการสร้างพฤติกรรม ค่านิยมและจริยธรรมที่ดีในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน ดำรงวิถีชีวิตทางวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมให้อยู่อย่างยั่งยืน อย่าให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมาทำลายวิถีชีวิตที่ดั้งเดิมของชุมชน

Bhatia (1983) กล่าวว่า อุตสาหกรรมเป็นอุตสาหกรรมบริการในการส่งมอบประสบการณ์ในสถานที่ใหม่ ๆ ให้นักท่องเที่ยว เป็นการทางานร่วมกันขององค์กรต่างๆภายในชุมชน การจะพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่จะต้องอาศัยความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชน จะต้องมีการดำเนินการดังนี้

1. ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนให้เกิดจิตสำนึกด้านการรักษาสีงแวดล้อม การยอมรับความแตกต่างของวัฒนธรรมภายใน
2. สร้างและดำรงรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนให้มีความสะอาด มีความงามดึงดูดนักท่องเที่ยว มีประเพณี มีทุนทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม มีการต้อนรับที่เป็นมิตร
3. ใช้การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างความน่าสนใจให้สภาพทางกายภาพของชุมชน อัตลักษณ์สังคมและวัฒนธรรม อนุรักษ์การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การวางแผนการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันจะต้องเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนที่หน่วยงานภาครัฐ บริษัท เอกชน คนในชุมชนร่วมมือกันพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีจริยธรรม ดำรงรักษาวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของชุมชน ดำรงรักษาความมั่นคงทางเศรษฐกิจและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชน การท่องเที่ยวควรจะมีการวางแผนและการบริหารจัดการในลักษณะที่ยั่งยืน คนในชุมชนควรได้รับการสนับสนุนให้มีบทบาทความเป็นผู้นำในการวางแผนและการพัฒนา ด้วยความช่วยเหลือของคนในภาครัฐ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่จะสนับสนุนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมและมีอิทธิพลต่อทิศทางการพัฒนา โดยคำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมท้องถิ่น

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนจะมีประโยชน์อย่างมาก เมื่อเริ่มตั้งแต่วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจ ขั้นตอนในการวางแผน

พัฒนาการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาถึงอุปสงค์และอุปทานของนักท่องเที่ยว กำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว วางแผนด้านการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ สำนวความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน วางแผนในการใช้งบประมาณในการพัฒนา วางแผนการใช้ประโยชน์ทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ จัดโครงสร้างการบริหาร การตลาดและโฆษณาประชาสัมพันธ์ ติดตามตรวจสอบความก้าวหน้าและกำหนดช่วงเวลาในการพัฒนา (Bhatia, 1983)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2549) กำหนดแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องเป็นความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชนและการดำรงรักษาวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่ดีงามของชุมชน การพัฒนาท่องเที่ยวจึงต้องมีการวางแผนและการบริหารเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยทุกภาคส่วนจะต้องมีบทบาทแตกต่างกันไปในการวางแผนการพัฒนา โดยจะต้องมีการสร้างเครือข่ายในการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการเพื่อดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประเด็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ด้านสังคม พัฒนาคุณภาพของคนในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน และหน่วยงาน เพื่อให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ร่วมมือกันรักษาคุณค่าทางสังคมในด้านประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามไว้อย่างยั่งยืน

2. ด้านเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้ในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพิ่มโอกาสด้านอาชีพของคนภายในชุมชน รู้จักใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านสิ่งแวดล้อม แนวทางการใช้ทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีแนวทางการจัดการที่ทำให้ชุมชนและธรรมชาติสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้ หยุดทำลายหรือการใช้ทรัพยากรธรรมชาติไปในทางที่ไม่เหมาะสม สร้างเครือข่ายในการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ อาจนำไปสู่การออกกฎระเบียบหรือข้อกำหนดที่จำเป็นในการพัฒนาทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดและเติบโตเร็วที่สุด การท่องเที่ยวจะใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสังคมและวัฒนธรรมพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน มีความเข้าใจต่ออันตรายที่จะเกิดขึ้นจากผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งหมดได้ จึงพยายามที่จะปกป้องสถานที่ท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวก็พยายามที่จะทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับการขนส่งไปยังสถานที่ท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงเป็นวิธีการที่จะลดผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้บรรลุเป้าหมายได้

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2549) ให้มีการพัฒนาที่เกิดความยั่งยืนเป็นการพัฒนาให้มีทรัพยากรที่เพียงพอเพื่อคุณภาพคุณภาพชีวิต ต้องวางแผนในช่วงเวลา 10 ปีขึ้นไป และทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนา การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประกอบด้วย 3 มิติ คือ

1. มิติทางด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การสร้างความเจริญรุ่งเรืองในระดับที่แตกต่างกันของสังคมและลดค่าใช้จ่ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งหมด กิจกรรมและความสามารถของพวกเขาที่จะได้รับการไว้ในระยะยาว ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการพื้นฐานของประชากรได้ โดยจุดประสงค์ คือ ต้องสามารถจัดความยากจนและเน้นการกระจายโอกาสในการใช้ทรัพยากร เพื่อลดความไม่เท่าเทียม ความเหลื่อมล้ำในสังคม ประเทศอุตสาหกรรมที่มีฐานะมั่งคั่งผู้ร่ำรวยควรมีส่วนช่วยแก้ไขสภาพแวดล้อมให้กับประเทศที่ยากจนผลทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.1 จัดปัญหาความยากจน ชุมชนมีรายได้เพิ่ม เนื่องจากชุมชนมีส่วนได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้มีการกระจายรายได้สู่ชุมชน มีรายได้เพิ่มขึ้นฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น

1.2 เกิดกองทุนในการพัฒนาหมู่บ้านหรือชุมชน เพราะเมื่อมีการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ย่อมทำให้ชุมชนสามารถมีรายได้จากการเก็บภาษีท้องถิ่น หรือจัดทำแผนงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อนำมาเป็นกองทุนเพื่อพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป

1.3 รัฐบาลมีรายได้จากนักท่องเที่ยว ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโต สามารถนำรายได้ไปพัฒนาประเทศต่อไป

2. มิติทางด้านสังคม หมายถึง การเคารพสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมกันของคนในสังคมต้องมีการกระจายความเท่าเทียมกันของผลประโยชน์ โดยมุ่งเน้นการช่วยเรื่องแก้ไขความยากจน และให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่น คือ การศึกษาและการเสริมสร้างระบบสนับสนุนชีวิตของ ชาวบ้านรับรู้และเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง หลีกเลียงรูปแบบของการแสวงหาผลประโยชน์ใด ๆ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ผลทางสังคมที่เกิดจากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. มิติด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การรักษาไว้ซึ่งทุนธรรมชาติเป็นป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา แร่ธาตุอันเป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่ควรจะดำรงอยู่ที่ทำให้ส่วนประกอบทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ความมีเสถียรภาพของระบบนิเวศน์ของโลกจะไม่ถูกรบกวนกระทบกระเทือน

Eber (1993) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนมีหลักการที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่มาทำความเข้าใจและวิเคราะห์ปัญหาทั้งภายในและภายนอกท้องถิ่นที่มี

อยู่มาใช้ในการแก้ไขปัญหาของท้องถิ่น โดยอาศัยการเจรจาต่อรองและการสร้างมติจากภายในชุมชน ด้วยการอาศัยประเด็นทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับภายในชุมชน การพัฒนา มีหลักการที่สำคัญ 7 ประการ มีดังนี้

1. การมีส่วนร่วม ประกอบด้วยการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ให้ความร่วมมือ และการสื่อสารที่ชัดเจน

2. การตัดสินใจ ถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากก่อนที่จะเกิดการตัดสินใจของชุมชน ก็ล้วนแต่ต้องผ่านการลงประชามติที่เห็นชอบไปในทิศทางเดียวกัน การพิจารณาและการทบทวน ด้วยการสร้างความตระหนักรู้ได้อย่างไตร่ตรองดีแล้ว ย่อมส่งผลดีต่อชุมชน การตัดสินใจเกิดจากการรับฟังความคิดเห็นของคนภายในชุมชน

3. การเป็นหุ้นส่วน การเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งจะต้องมีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน จึงทำให้เกิดการจัดกลุ่มและเครือข่ายสังคมภายในชุมชน เพื่อเอาไว้ปรึกษาหารือปัญหาต่าง ๆ ก่อนที่จะถูกแพร่กระจายสู่คนภายในชุมชน ภูมูจสำคัญของการจัดตั้งหุ้นส่วนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด คือ สมาชิกของคนภายในชุมชนมีความสามารถที่แตกต่างกัน ทักษะความรู้ที่จำเป็นในการดำเนินงานออกมาให้ดีที่สุด จะต้องพึ่งความสามารถจากคนภายในชุมชน สมาชิกภายในชุมชนจะต้องมีการรับมือกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีผลกระทบการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในชุมชนของตนเอง การจัดตั้งเครือข่ายก็เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจให้กับคนภายในชุมชน

4. การกำกับดูแล การปกครองท้องถิ่นที่ดีจะต้องมีความโปร่งใส มีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบ การกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นบรรทัดฐานทางสังคมที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชน มีการควบคุมมากขึ้น โดยการควบคุมนี้จะไม่กระทบต่อสิทธิของคนภายในชุมชน และเป็นที่ยอมรับแก่คนภายในชุมชน การกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่ควรเกิดความคลาดเคลื่อน

5. ความรู้และข้อมูล การจัดการกับข้อมูลภายในชุมชนจะต้องมีความเหมาะสม ตรงเวลา และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทันตามเวลาที่กำหนด หรือสามารถเข้าถึงข้อมูลโดยสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งผู้ที่สนใจในชุมชนนั้นๆ เพื่อทำหยาการศึกษา เพื่อการท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งการนำมาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน

6. การปรับปรุงของชุมชนในที่นี้หมายถึงการตรวจสอบ ประเมินความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำผลของการตรวจสอบมาพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ส่วนประกอบที่สำคัญของการดำเนินงานเพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

7. วิถีชีวิตที่ดี การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งชุมชน ให้มีความยั่งยืนโดยการสร้างพฤติกรรมจากคนภายในชุมชน ค่านิยมและจริยธรรมที่ดีในการดำเนินชีวิตการสร้างวิถีชีวิตที่ยั่งยืนก็ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จริยธรรมและระบบค่านิยมที่นำไปใช้โดยคนภายในชุมชนในแต่ละชุมชน

ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในขณะที่กระแสโลกให้ความสำคัญที่เน้นความยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องให้ความสำคัญกับความยั่งยืน เช่นเดียวกับธุรกิจอุตสาหกรรมอื่น ๆ โดยมีแนวคิดดังต่อไปนี้

1. การปฏิสัมพันธ์ ธรรมชาติของการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการที่อยู่บนพื้นฐานของการส่งมอบประสบการณ์ในสถานที่ใหม่ ๆ ให้นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับการทำงานร่วมกันขององค์กรต่าง ๆ ภายในชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ท่องเที่ยวและคนในชุมชนและสภาพแวดล้อมในชุมชนล้วนแต่จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กัน

2. การให้ความรู้ การท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเกิดจิตใต้สำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องความแตกต่างของวัฒนธรรมภายในชุมชนที่นักท่องเที่ยวแสวงหาที่จะเรียนรู้ เพราะฉะนั้นการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนจึงมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

3. การพึ่งพาความสำเร็จของการท่องเที่ยวจะต้องพึ่งพาทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะได้สัมผัสกับสิ่งที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์ของชุมชน ความสะอาด พื้นที่ธรรมชาติที่น่าสนใจ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การต้อนรับจากคนภายในชุมชน ล้วนแต่จะทำให้ นักท่องเที่ยวมีความสนใจมากยิ่งขึ้น

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจำเป็นในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนที่ไปเยือน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม ทั้งทางด้านกายภาพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึง 3 หลักการ คือ

1. ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
2. ความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรม
3. ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

การสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2549) มีข้อเสนอแนะว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อน หลากหลายมิติ และมีความเกี่ยวข้องกับภาคส่วนต่าง ๆ มากขึ้น การรวมกลุ่มกันขึ้นเป็นเครือข่ายจะทำให้มีศักยภาพประสานประโยชน์กับผู้ร่วมเครือข่ายได้ดีขึ้น เครือข่ายในการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การประสานความร่วมมือระหว่างบุคคล กลุ่มและองค์กรที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวและเชื่อมโยงขยายผลการทำงานหรือแนวคิดไปสู่กลุ่มองค์กรอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมพลังในการแก้ปัญหาและการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยผ่าน

กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การมีส่วนร่วมและกระบวนการกลุ่มที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกันของทุกฝ่ายการสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นการอาศัยความร่วมมือในการพัฒนาจากภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้มีการร่วมมือกันพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

เครือข่ายในการพัฒนาทรัพยากรมีหลายรูปแบบโดยอาจเป็นไปในลักษณะของการสร้างเครือข่ายความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากร เครือข่ายการกระจายข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เครือข่ายการให้ความร่วมทุนระหว่างหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวการสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กรในภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากทำให้แน่ใจได้ว่าประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานของรัฐ แหล่งท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ตัวแทนการท่องเที่ยว พนักงานในองค์กรการท่องเที่ยว นักพัฒนาการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวอีกด้วย การสื่อสารระหว่างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเป็นการทำให้ทุก ๆ ภาคส่วน เช่น ชุมชนท้องถิ่น บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานภาครัฐบาลต่าง ๆ นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายทำการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวยังเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. สังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาคุณภาพของคนในภาคส่วนต่างๆ รวมถึงภาครัฐ ภาคเอกชน คนในชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะร่วมมือกันช่วยพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้กับคนภายในชุมชน เป็นการให้ความสำคัญกับการพัฒนาชุมชนอย่างมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในที่นี้รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้ชุมชนสามารถรักษาคุณค่าทางสังคมในด้านประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามไว้ต่อไปอย่างระยะยาว การท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยที่จะทำให้คนในทุกภาคส่วนสนใจคุณค่าดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

2. ด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมุ่งที่จะเพิ่มรายได้ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเพิ่มโอกาสในด้านอาชีพให้คนภายในชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน รวมทั้งใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกำจัดความยากจน

3. ด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะสามารถทำให้ชุมชนและธรรมชาติสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้โดยลดปัญหาเกี่ยวกับการทำลายหรือใช้ทรัพยากรธรรมชาติไปในทางที่ไม่เหมาะสมรวมถึงการสร้างเครือข่ายทรัพยากรธรรมชาติอาจนำไปสู่การออกกฎระเบียบหรือข้อกำหนดที่จำเป็นในการพัฒนาทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในการวางนโยบายสาธารณะของประเทศต่าง ๆ การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆก็ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนเช่นกัน (Goodwin & Santilli, 2009) แนวคิดเรื่องความยั่งยืนคือการสร้างสมดุลแบบบูรณาการระหว่างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ

การดำรงรักษาคุณภาพของสภาพแวดล้อม และการดำรงรักษาสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางสังคม อันได้แก่สถาบันครอบครัว อัตลักษณ์แห่งวัฒนธรรม สร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ อันได้แก่รายได้และการจ้างงาน และใส่ใจคุณภาพของสภาพแวดล้อมด้วยแนวคิดของการอนุรักษ์

โดยสรุป เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้เสนอลักษณะและหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้

1. ลักษณะการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการ ดังนี้ คือ
 - 1.1 เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
 - 1.2 เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.3 เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
 - 1.4 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - 1.5 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนยาว
 - 1.6 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์ กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น
2. หลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 2.1 การมีส่วนร่วมของชุมชน
 - 2.2 ความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - 2.3 การสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ
 - 2.4 การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
 - 2.5 การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าเกิดประโยชน์สูงสุด
 - 2.6 การวางแผนระยะยาว
 - 2.7 ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
 - 2.8 ความสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาด้านต่าง ๆ
 - 2.9 ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติ
 - 2.10 การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ
 - 2.11 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว
 - 2.12 การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ
 - 2.13 การเน้นผลประโยชน์ชุมชน คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - 2.14 การพัฒนาคน การศึกษาและหลักสูตรต่าง ๆ
 - 2.15 การเสริมสร้างลักษณะเด่นหรืออัตลักษณ์ของชุมชนและพื้นที่

2.16 การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากร

2.17 การดำรงรักษาทรัพยากรซึ่งเป็นมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

2.18 การทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2543); อุษาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) กล่าวถึง หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่ง ประกอบด้วยหลักการที่สำคัญ 10 ประการ ดังนี้

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว (Using Resource Sustainable)
2. การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำงาน บำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย (Reducing Over-Consumption and Waste)
3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต (Maintaining Diversity)
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่นและการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning)
5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่นโดยคำนึงถึงราคา และพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย (Supporting Local Economic)
6. เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว (Involving Local Communities)
7. การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องเพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา (Consulting Stakeholders and the Public)
8. เป็นการฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน แก่บุคลากรท้องถิ่นทุก ๆ ระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว (Training Staff)
9. ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง (Marketing Tourism Responsibly)
10. การวิจัยและติดตามผลเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย (Undertaking Research)

สรุป แนวคิด ทฤษฎี การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ การพัฒนาที่คำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในระยะยาว โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวปัจจุบัน โดยไม่กระทบต่อทรัพยากรของคนรุ่นต่อไป แนวคิดหลัก คือ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ลดการบริโภคและของเสีย สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน (ภาครัฐ เอกชน ชุมชน) เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลและประโยชน์สุขร่วมกัน

แนวคิดและหลักการสำคัญ

1. การอนุรักษ์ทรัพยากร

1.1 **ทรัพยากรธรรมชาติ** การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างพอดีและเกิดประโยชน์สูงสุด รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ

1.2 **ทรัพยากรวัฒนธรรม** การรักษาสืบสานขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น

2. การลดผลกระทบ

2.1 **ลดของเสีย** ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นและของเสียที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

2.2 **ลดการบริโภคเกินจำเป็น** ควบคุมการบริโภคให้เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่

3. การกระจายผลประโยชน์

3.1 **สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น** สร้างรายได้และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจกระจายสู่คนในท้องถิ่นอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม

3.2 **ส่งเสริมชุมชน** เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4. การมีส่วนร่วมและการวางแผน

4.1 **ความร่วมมือทุกภาคส่วน** ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นทำงานร่วมกันในการวางแผนและการจัดการ

4.2 **การปรึกษาหารือ** จัดให้มีการประชุมปรึกษาหารือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสม่ำเสมอเพื่อวางแผนงานอย่างเหมาะสม

4.3 **บูรณาการการวางแผน**: ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับแผนกลยุทธ์การพัฒนาชาติและท้องถิ่น รวมถึงการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายหลัก

มุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ต้องปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

หลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน

Huras (2015) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนคือการพัฒนาที่ให้นักท่องเที่ยวในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาตลอดกระบวนการออกแบบแนวทาง เป็นการกระจายอำนาจในการตัดสินใจให้แก่ชุมชน ทุกกิจกรรมของการท่องเที่ยว คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนา เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นตัวแปรจากประชาชนในพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สร้างงาน สร้างรายได้ให้คนในชุมชน ด้วยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นสินทรัพย์สำคัญในการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการสร้างความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยความภูมิใจ เป็นการสืบสานวิถีแห่งวัฒนธรรมที่กำลังเสี่ยงต่อความเสื่อมหาย แนวคิดที่สำคัญคือชุมชนต้องมีโอกาสในการกำหนดอนาคตของตนเอง การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว พวกเขาจะต้องเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต

ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว พัฒนาความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน กระจายรายได้ให้สมาชิกในชุมชนอย่างเป็นธรรม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยมีหลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อชุมชนและทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง
 2. การท่องเที่ยวต้องเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่
 3. ประชาชนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริมตั้งแต่ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำงาน และร่วมประเมินผล
 4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้หรือประโยชน์อื่นๆมาสู่คนในชุมชนและเกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม
 5. การท่องเที่ยวต้องให้ประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว และมีการจัดการนักท่องเที่ยวที่ดี ด้วยการปลูกจิตสำนึกในการท่องเที่ยวที่ดี ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชนที่เป็นจริง
- ดังนั้น ตามหลักการดังกล่าวข้างต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนจึงจำเป็นต้องมีหลักการในการจัดการที่ดีโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการไปจนถึงการประเมินผลเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การจัดการการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วม

พจนา สวนศรี (2546) ยกประเด็นการประชุม Earth Summit ว่าด้วยสิ่งแวดล้อมโลก ที่กรุง Rio de Janeiro เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2535 ซึ่งมุ่งเน้นประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้ก่อให้เกิดกระแสสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ดังนี้

1. ต้องจุดกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์ระบบนิเวศ เพื่อคงความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก
2. ต้องจุดกระแสของตลาดการท่องเที่ยว เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ที่ต้องการมีประสบการณ์ในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่ประเด็นหลักของสังคมโลก
3. ต้องจุดกระแสการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจากประชาชนในชุมชนเพื่อบรรลุแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนจากกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวในแนวทางดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมขึ้นในปี 2537 เพื่อตอบสนองและพัฒนาสู่กระบวนการพัฒนาทางสังคมอย่างยั่งยืนภายใต้มิติที่หลากหลายและเป็นองค์รวม ดังนี้
 - 3.1 มิติด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการเรียนรู้และร่วมมือกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
 - 3.2 มิติด้านการเมือง กิจกรรมรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับล่าง มีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน
 - 3.3 มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น
 - 3.4 มิติด้านเศรษฐกิจ กิจกรรมที่นำไปสู่การกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้แก่คนในชุมชนอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน โดยไม่ขัดกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมที่แท้จริงของท้องถิ่น

สุม ตันเจริญ (2560) อธิบายการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน (Community Based Tourism-CBT) ว่าเป็นแนวคิดที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกนำมาจัดการใน ชุมชนท้องถิ่น ตลอด 20 ปีที่ผ่านมา โดยรูปแบบของการจัดการโดยคนในชุมชน Okazaki (2008) ได้ศึกษาและพบว่า การท่องเที่ยวบนฐานชุมชน เป็นตัวแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ การมีส่วนร่วม การกระจายอำนาจ กระบวนการความร่วมมือ และความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มสังคม การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนขยายตัวอย่างรวดเร็วและในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงภายในและภายนอกชุมชนมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบของการจัดการโดยชุมชนจะถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในระดับของการมีส่วนร่วม

ของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน ประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

1. การให้ข้อมูลเพื่อใช้วางแผนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการมีส่วนร่วมในระดับต่ำสุดมักเป็นการวางแผนการท่องเที่ยวที่ชุมชน ไม่ได้เป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยตรง หรือเป็นการวางแผนระดับมหภาค แต่ชุมชนมีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากการกำหนดนโยบายหรือแผนการท่องเที่ยว

2. การให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยว เป็นการมีส่วนร่วมที่ตัวแทนของชุมชนอาจเข้าร่วมอยู่ในคณะกรรมการ หรือการประชุมรับฟังความคิดเห็น เพื่อพิจารณาให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็น ความต้องการของชุมชนในโครงการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน

3. การดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เป็นการมีส่วนร่วมที่ชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐเพื่อประโยชน์ของชุมชนและสังคมโดยรวม การท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยชุมชนเอง เป็นการมีส่วนร่วมที่ชุมชนดำเนินการทั้งหมด นับตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ และการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลอดจนการเกิดการกระจายรายได้ อย่าง เป็นธรรมในชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)

4. การมีส่วนร่วมที่ชุมชนดำเนินการทั้งหมด นับตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ และการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลอดจนการเกิดการกระจายรายได้ อย่าง เป็นธรรมในชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) อธิบายกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า ปัจจุบันมีการพัฒนาแตกแขนง ออกไปในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการท่องเที่ยวแต่ละประเภท ล้วนมีรูปแบบการจัดการที่ยังอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรของชุมชน และสภาพความเป็นจริงของชุมชนโดยได้มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนไปสู่การพึ่งพาตัวเอง ชุมชนสามารถยืนอยู่ได้ด้วยฐานของทรัพยากรที่มีอยู่โดยยึดตามความต้องการของชุมชนเป็นหลัก เพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนได้อย่างเข้มแข็ง และทราบถึงขีดความสามารถในการนำทรัพยากรเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ให้เกิดคุณค่ามากที่สุด อีกทั้งยังมีการทำนุบำรุงทรัพยากรเหล่านั้นให้เกิดความยั่งยืนอีกด้วย โดยการปลูกจิตสำนึกให้แก่คนในชุมชนให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็คือ ชาวบ้านควรเข้าถึงทรัพยากรและมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่นโดยตรง รวมทั้งร่วมมือกันรักษาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นมรดกของคนรุ่นลูกหลานและรุ่นต่อไป

ลักษณะการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นต้องมีศักยภาพในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และมีกำหนดระดับการรองรับการท่องเที่ยว (Tourism Carrying Capacity) ที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทุก ๆ ด้านของชุมชนให้คงอยู่ได้อย่างยั่งยืน ไม่มีความเสื่อมจนสูญเสียศักยภาพ
2. ต้องมีการจัดการด้านการตลาดให้นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ต้องสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวโดยเกิดความต้องการที่จะเรียนรู้ชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน ต้องการร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมกับคนในชุมชน
3. การบริการสำหรับการท่องเที่ยวควรดำเนินการโดยคนในชุมชน ได้แก่ การบริการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านยานพาหนะ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านการนำเที่ยว ด้านการเป็นมัคคุเทศก์ ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน
4. การบริหารจัดการควรดำเนินการโดยคนชุมชนตั้งแต่การวางแผนงาน การกำหนดโครงการ การกำหนดมาตรฐานและกฎระเบียบต่าง ๆ ในการควบคุมดูแลให้การท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเพื่อดำรงความยั่งยืนของชุมชนในมิติต่าง ๆ

การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนจะต้องเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนที่ต้องดำเนินการตามหลักการของการจัดการบนฐานทรัพยากรของ Barney (1991) ที่กล่าวว่า องค์กรจะต้องรู้จักทรัพยากรขององค์กรที่มีทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ แล้วเลือกใช้ทรัพยากรนั้นในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยแนวคิด VURIO ซึ่งหมายความว่า ผู้ที่มีส่วนร่วมในการวางแผนจะต้องยึดหลักดังนี้

1. V (Value) เลือกใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่า
2. U (Uniqueness) เลือกใช้ทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่เหมือนใคร
3. R (Rarity) เลือกใช้ทรัพยากรที่หายาก อาจหาไม่ได้ที่อื่น
4. I (Inimitability) เลือกใช้ทรัพยากรที่คนอื่นไม่อาจเลียนแบบได้

5. O (Organization) องค์กรต้องมีความสามารถในการจะใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรที่มีลักษณะดังกล่าวข้างต้น

ดังนั้น ตามข้อมูลข้างต้นคนในชุมชนของชุมชนจะต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนได้อย่างเข้มแข็ง สามารถนำทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เกิดคุณค่ามากที่สุดสำหรับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว นอกจากการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ประโยชน์แล้วยังต้องมีการจัดการด้านการทำนุบำรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้นให้มีความยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์ปลูกจิตสำนึกให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้ร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตอันเป็นวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

พจนา สอนศรี (2546) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ มีความเข้าใจภูมิศาสตร์ภูมินิเวศของชุมชน รู้แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน ร่วมกันสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน พัฒนาขีดความสามารถในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นมัคคุเทศก์ที่ดี เป็นนักประชาสัมพันธ์เรื่องราวของการท่องเที่ยวของชุมชน แนวทางในการอนุรักษ์ คือ การให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของชุมชน เข้าใจการจัดการการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นผู้ให้บริการที่ดี เป็นมัคคุเทศก์ที่ดี และเป็นนักประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

บทบาทการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในชุมชน

การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนเป็นการให้โอกาสแก่คนในชุมชนได้มีบทบาทในการเข้าถึงและรักษาคุ่มครองทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน รวมทั้งการร่วมกันตัดสินใจที่จะนำทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ปรัชญาของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่จะก่อให้เกิดการเสริมความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน เพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน ควรมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับของพื้นที่และกำหนดกฎระเบียบสำหรับการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยว
2. การพัฒนาและการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจะต้องอยู่ภายใต้หลักการและการอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน
3. การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องสอดคล้องกับบริบทของชุมชนทั้งในด้านสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งสภาพทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน

4. ต้องมีการเตรียมมาตรการป้องกันและควบคุมปัญหาความเสี่ยงของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน ที่คาดว่าจะเกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

5. หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวต้องรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยวต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

6. การรับนักท่องเที่ยวจำนวนเท่าใด จะต้องคำนึงถึงสมรรถนะและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับได้ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอ่อนไหวของระบบนิเวศ

7. แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดสภาพแวดล้อม ให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ดี ถูกสุขลักษณะ ควบคุมคุณภาพอากาศและระดับเสียงที่จะมีผลต่อนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

8. มีการกำหนดสัดส่วนรายได้ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวมาใช้ในการดูแลรักษา พัฒนา สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความยั่งยืนเป็นแหล่งรายได้สำหรับคนในชุมชนสืบไป

9. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวจะต้องดูแลรักษาเอกลักษณ์และคุณค่าดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวไว้ โดยกำหนดมาตรการควบคุมไม่ให้มีการดัดแปลงสภาพแวดล้อม ควบคุมการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กลมกลืนกับสภาพดั้งเดิม ไม่ลดคุณค่าความสำคัญและเอกลักษณ์ของชุมชน

10. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวต้องประสานกับหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมายให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด เพื่อปราบปรามผู้กระทำความผิดกฎหมายอย่างจริงจัง

ในการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมแบบที่มีคนในชุมชนมีส่วนร่วม พงนา สวนศรี (2546) ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินความพร้อมและศักยภาพของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่สำคัญเพื่อสอบถามความต้องการ ความคิดเห็น ทักษะ และความพร้อมของชุมชน ในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 นำเสนอโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุน มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำข้อเสนอโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ระบุแนวคิด รูปแบบ วิธีการและแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งผลประโยชน์ที่จะได้รับให้แก่สมาชิกชุมชนทราบ

ขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นขั้นตอนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล เรียนรู้แนวทางและวิธีการจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยกันวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ศักยภาพและคาดคะเนปัญหาหรือประเด็นที่เป็นข้อจำกัดของชุมชน

ขั้นตอนที่ 4 วางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นขั้นตอนที่นำข้อมูลที่รวบรวมและวิเคราะห์ได้มาประกอบเป็นแผนงานและโครงการที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และ

เป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ตลอดจนกำหนดแผนงานส่งเสริมหรือเพิ่มพูนศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นขั้นตอนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างทักษะและองค์ความรู้ต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างถูกต้องตามหลักการ โดยจัดประชุมแนะนำการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้แก่สมาชิกชุมชน การจัดตั้งองค์กร การกำหนดกิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 6 การดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นขั้นตอนที่สมาชิกภายในชุมชนได้มีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีการดำเนินงานตามแผนงานที่กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 7 การประเมินผลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการจัดสร้างเครื่องมือหรือกำหนดแนวทางในการประเมินผลเชิงคุณภาพจากการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้ทราบถึงจุดด้อยและพิจารณาปรับปรุง และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น (พจนานุกรม, 2546)

การวางแผนจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นกิจกรรมที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ตั้งแต่กำหนดประเด็นปัญหารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ประเมินศักยภาพและข้อจำกัดของชุมชน ตลาดและทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนทุกองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ แนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การจัดการด้านตลาด นักท่องเที่ยวและการบริการต่าง ๆ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวที่ชุมชนร่วมกันกำหนดขึ้น

กระบวนการวางแผนและการนำไปสู่การปฏิบัติ

ดร.ชนิ เอมพันธ์ (2550) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการของการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนไว้ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนในขั้นต้นนี้เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดการหรือพัฒนาการท่องเที่ยวโดยทั่วไปวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นควรสะท้อนถึงความสมดุลของปัจจัยทั้ง 3 ด้านที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการพัฒนา การจัดการ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

2. การสำรวจรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการสำรวจรวบรวมและประเมินสถานภาพด้านต่าง ๆ ของการจัดการการท่องเที่ยวโดยเน้นการศึกษาถึงศักยภาพ โอกาส และปัญหาหรืออุปสรรคข้อจำกัดต่าง ๆ ของการพัฒนาและการจัดการระบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้ง 4 องค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็น

ทรัพยากรท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว / ตลาดการท่องเที่ยว การบริการ และองค์การบริหารจัดการ โดยใช้ SWOT Analysis

3. กำหนดนโยบายและร่างยุทธศาสตร์ที่มีทางเลือกมากกว่าหนึ่ง ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน ตามข้อมูลที่ปรากฏใน SWOT Analysis โดยต้องจัดให้มีการให้ความรู้และหลักการของการจัดการการท่องเที่ยวที่ถูกต้องกับชุมชนและกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้ทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ

4. การนำแผนไปปฏิบัติ โดยมีรายละเอียดของแผนที่จะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เรียงลำดับความสำคัญของโครงการต่างๆว่าจะทำอะไรก่อนหลัง จัดตั้งองค์กรจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน กำหนดบทบาทของผู้เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน รวมทั้งกำหนดงบประมาณและแหล่งที่มาของงบประมาณที่มีความเป็นไปได้อย่างครบถ้วน

5. การประเมินผลและติดตามผลการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ เมื่อนำไปปฏิบัติแล้ว จำเป็นต้องมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อพิจารณาอุปสรรคและผลสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน และที่สำคัญเป็นการติดตามผลกระทบจากการการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจของท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อจะได้นำข้อมูลไปใช้ในการดำเนินการจัดทำแผนในระยะต่อไป (ดร.ชนิเอมพันธ์, 2550)

ดังนั้น เมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนจนมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาเยือนพื้นที่

การจัดการตลาดการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

การตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวให้เกิดการลงทุน และคนในชุมชนให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีโดยให้ความสำคัญเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง ธรรมชาติ สิ่งปลูกสร้าง วัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นที่แท้จริง ในการวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการส่วนประสมการตลาด ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว

2. การกำหนดราคา (Price) ให้เหมาะสมกับคุณค่าของทรัพยากรหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนคุณภาพของการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. ช่องทางการจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางหรือวิธีการที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวเข้าถึงและตัดสินใจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนได้ง่ายที่สุด วิธีการกระจายและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนไปยังนักท่องเที่ยว โดยการดำเนินการขายเองผ่าน

ระบบอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ หรือการขายในพื้นที่ โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายจะต้องมีข้อมูลทุกด้านของชุมชนอย่างถูกต้องครบถ้วน หรือขายผ่านคนกลางที่ทำธุรกิจธุรกิจด้านการขายห้องพัก บัตรโดยสาร การนำเที่ยว และการเข้าชมต่าง ๆ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนชุมชนอย่างต่อเนื่อง ด้วยการนำเสนอข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายและพันธมิตรทางธุรกิจ

เสรี วงษ์มณฑา (2565) นำเสนอส่วนประสมการตลาดสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มเติมเพื่อให้แผนงานการตลาดมีความละเอียดเพิ่มขึ้น ดังต่อไปนี้

5. สินค้าและบริการที่นำเสนอร่วมกัน (Package) หมายถึงสินค้า บริการ และประสบการณ์โดยรวมที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในการมาเยือนชุมชนที่จะต้องตอบสนองความต้องการ รสนิยม และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้อย่างโดนใจ

6. รายการท่องเที่ยว (Program) หมายถึงรายการของการท่องเที่ยว ทั้งการได้ดู ได้เรียนรู้ ได้กระทำ และได้ซื้อของโดยมีการจัดรายการได้น่าสนใจ เป็นการใช้เวลา เงิน และความพยายามในการท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่า

7. บุคลากรผู้ให้บริการ (People) หมายถึง การพัฒนาบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่จะต้องมีความรู้และทักษะในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีจิตวิญญาณบริการ และมีทักษะในการปฏิสัมพันธ์

8. ประชากรในชุมชน (Population) หมายถึง คนในชุมชนที่จะต้องมีความรู้เรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างถูกต้อง มีความภาคภูมิใจในทรัพยากรเหล่านั้น สามารถเป็นผู้เล่าเรื่องเกี่ยวกับทรัพยากรเหล่านั้นได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งมีการพัฒนาสำนักของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

9. กระบวนการช่องการทำธุรกรรม (Process) หมายถึงการติดต่อซื้อขาย การรับบริการ และการกระทำต่าง ๆ ที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการที่จะต้องเป็นไปด้วยความง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีความคงเส้นคงวา

10. สิ่งอำนวยความสะดวกและบรรยากาศ (Physical Evidence) หมายถึง บรรยากาศของชุมชน บรรยากาศของสถานประกอบการของธุรกิจต่าง ๆ ของชุมชน ที่จะต้องมีทั้งความสวยงาม ความสะอาด ป้ายบอกทาง ห้องน้ำสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน

11. สิ่งที่เป็นพิเศษเฉพาะพื้นที่ (Particularity) หมายถึงสินค้า บริการ และประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ นักท่องเที่ยวไม่สามารถซื้อสินค้า ใช้บริการ หรือได้ประสบการณ์บางอย่างในพื้นที่อื่นได้ เพราะสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นมีอยู่ในชุมชนที่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายนี้เท่านั้น

12. การทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร (Purple Cow) หมายถึง การจัดกิจกรรมที่มีลักษณะแปลก (เหมือนวัวสีม่วงที่เป็นของแปลก) ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาเยือนชุมชน เพื่อให้ได้ดู ได้เรียนรู้ ได้มีส่วนร่วม ได้มีประสบการณ์กับกิจกรรมที่แปลกดังกล่าว

แนวคิดเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

ดร.ชนิ เอมพันธุ์ (2550) อธิบายการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วมหมายถึงการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ นับตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ และการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม ตลอดจนเกิดการกระจายรายได้ อย่างเป็นธรรมในชุมชนนั้น ๆ การมีส่วนร่วมของชุมชนจำแนกตามลักษณะของการดำเนินงานที่ประชาชนท้องถิ่นมีโอกาสมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมระดับรายบุคคลรับผลประโยชน์โดยตรง เช่น สมาชิกชุมชนให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการให้บริการดังกล่าว เช่น เรือ บังกะโล ที่พักอาหาร เป็นต้น หรือเป็นการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตจากชุมชน

2. การมีส่วนร่วมระดับชุมชนโดยรวมกลุ่มจัดระบบการบริการนักท่องเที่ยว โดยชุมชนรวมกันจัดตั้งเป็นองค์กร ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ กำหนดมาตรการรองรับการท่องเที่ยว มีการจัดระบบการให้บริการในกิจกรรมต่าง ๆ ให้เรียบร้อยเพื่อให้เกิดความสะดวก และมีมาตรฐานเดียวกัน มีการจัดสรรรายได้สู่ผู้ให้บริการโดยตรงและกับสมาชิกของชุมชนทั้งหมดในรูปของกองทุนหมู่บ้าน จัดเป็นธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชน ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ประการ ได้แก่

2.1 ปัจจัยภายในชุมชน ความพร้อมด้านทักษะการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือ การบริการสื่อความหมายของธรรมชาติ การนำเที่ยว การจัดเตรียมที่พักและอาหาร สำหรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงความพร้อมของทรัพยากรที่จำเป็นในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความต้องการของชุมชนในการที่จะเข้าร่วมจัดการและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ความเข้มแข็งของชุมชนและผู้นำชุมชนก็ต้องได้รับการสนับสนุน สามารถให้สมาชิกของชุมชนรวมกลุ่มกัน ดำเนินการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนได้ ชุมชนมีความสามัคคี และยอมเสียสละในการทำงานเพื่อชุมชนในการจัดตั้งองค์การการท่องเที่ยวและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ชุมชนเหล่านั้นก็จะสามารถเรียนรู้และจัดการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้

2.2 ปัจจัยภายนอกชุมชน นโยบายของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีการเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นเข้าร่วมในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สนับสนุนการเพิ่มพูนความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่ชุมชน

ท้องถิ่น อีกทั้งความร่วมมือจากภาครัฐและองค์กรเอกชนที่ให้การสนับสนุนให้ชุมชนจัดตั้งองค์การท้องถิ่นสำหรับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสนับสนุนจากผู้ประกอบการในการนำนักท่องเที่ยวมาใช้บริการของท้องถิ่น เช่น มัคคุเทศก์ ที่พักและอาหารจากท้องถิ่น เป็นต้น

แนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ดร.ชนิ เอมพันธุ์ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกิจกรรมหนึ่งในการส่งเสริมให้ชุมชนได้ใช้สิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรและรักษาคุ่มครองทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น รวมทั้งหลักฐานทรัพยากรดังกล่าวมาจัดการ ให้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน โดยพยายามหลีกเลี่ยงมิให้เกิดผลกระทบต่อทั้งชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ภายในชุมชนมาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดการเสริมความมั่นคง ทางด้านเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนในหลาย ๆ ด้าน การผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมของชุมชน การพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ของคนภายในชุมชน และการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวมทั้งอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาในพื้นที่ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว

การนำทรัพยากรเป็นสินทรัพย์ร่วมของชุมชนท้องถิ่นมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนต่าง ๆ ทั่วภูมิภาคของประเทศ เพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน ควรมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จะต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับพื้นที่และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งต้องมีแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปกับแผนพัฒนา
2. การกำหนดส่วนรายได้ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวมาใช้ในการดูแลรักษาฟื้นฟูบูรณะ จัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยแก้ไขปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่น รวมไปถึงการนำรายได้ไปพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชนนั้น ๆ อีกด้วย
3. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวจะต้องดูแลรักษาเอกลักษณ์และคุณค่าดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวไว้ โดยกำหนดมาตรการควบคุมไม่ให้เกิดการดัดแปลงสภาพแวดล้อม รวมทั้งควบคุมการก่อสร้างบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กลมกลืน ไม่ลดคุณค่า ความสำคัญ และเอกลักษณ์ที่แต่ละชุมชนมีมาแต่เดิม
4. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว ประสานกับหน่วยงานที่มีอำนาจ บังคับใช้กฎหมาย ให้มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด เพื่อปราบปรามผู้กระทำความผิดกฎหมายอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง โดยเฉพาะการบุกรุกที่สาธารณะประโยชน์ และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมและโบราณสถาน

5. การจัดการด้านการตลาดและนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปที่ต้องการเรียนรู้ชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นโดยที่เข้าไปใช้ชีวิตอย่างที่คนในท้องถิ่น อาทิ การกิน การพักบ้านของคนในชุมชนร่วมทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันของชาวบ้าน ชอบที่จะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิด และต้องการที่จะสนับสนุนเพื่อการท่องเที่ยวที่คนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์และเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น นักท่องเที่ยวสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นและไม่ต้องการให้มีการปรับเปลี่ยน หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกสบายในลักษณะเช่นเดียวกับถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ หรือคุ้นเคย หรือในลักษณะที่ได้รับการบริการในเมืองใหญ่หรือแหล่งท่องเที่ยว ประเภทอื่น ๆ โดยทั่วไปการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะยั่งยืนและประสบผลสำเร็จทางเศรษฐกิจได้ ต้องอาศัยการตลาดเป็นเครื่องมือในการติดต่อประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ได้หมายถึงเฉพาะการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเท่านั้น แต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อคัดเลือคนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการสื่อสารให้เข้าใจตรงกันถึงลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจล่วงหน้าว่า การท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการหรือไม่โดยการใช้อยู่ทางตลาดตามส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือ เพื่อให้ได้ นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเหมาะสมกับรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่มีการบริการด้านต่าง ๆ

6. การบริการสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ครอบคลุมการบริการ ที่เกี่ยวกับที่พัก อาหาร ยานพาหนะขนส่งนักท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการกิจกรรมท่องเที่ยว การนำเที่ยวและการสื่อความหมายธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว ในบางแห่งการบริการเรื่องที่พักหรืออาหารอาจไม่จำเป็น ขึ้นอยู่กับสภาพหรือลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว การบริการด้านต่าง ๆ ที่มีโอกาสสร้างรายได้แก่ประชาชนท้องถิ่น เช่น บริการที่พัก อาหาร ยานพาหนะ

การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนด้วยปรัชญาความยั่งยืน

ฤทธิ อนุจรพันธ์ (2543) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน โดยพิจารณาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว การกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Tourism Carrying Capacity) เพื่อให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงอยู่ได้อย่างยั่งยืน และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้น การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงดำเนินการต่าง ๆ ได้แก่

1. การประเมินคุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความสนใจเฉพาะด้านของนักท่องเที่ยว
2. การจัดการเพื่อรักษาคุณค่าความสำคัญของธรรมชาติและความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้
3. ต้องมีการจำแนกเขตการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวและการรักษาระบบนิเวศรวมไปถึงการกำหนดมาตรการหรือเงื่อนไขการใช้พื้นที่ต่าง ๆ
4. แสวงหาความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
5. ต้องมีการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว
6. ต้องมีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินสถานภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวการออกแบบกิจกรรม

ชุมชนท้องถิ่นมีความสุขกับการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ความสามารถเหล่านี้ อาจมีผลกระทบรุนแรงทางสังคม วัฒนธรรมในเชิงลบจากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เช่น การผลิตงานศิลปะแบบดั้งเดิมที่เป็นการบำรุงรักษาและฟื้นฟูวัฒนธรรมต่างๆ แต่การท่องเที่ยวก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมหรือการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีทางศาสนา ประเพณีท้องถิ่นและเทศกาลต่าง ๆ มาเป็นสินค้าโภคภัณฑ์เพื่อการซื้อขาย

ปี 1980 the International Union for the Conservation of Nature ได้ตีพิมพ์เผยแพร่ ยุทธศาสตร์ในการอนุรักษ์โลก โดยมีการใช้คำว่า “SD (Sustainable Development)” เป็นครั้งแรก และในอีกสองปีต่อมา องค์การสหประชาชาติได้นำเสนอหลักการ 5 ข้อในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ แต่แนวคิดที่ว่าด้วย SD ได้รับความสนใจอย่างจริงจังหลังจากการเผยแพร่ “Brundtland Report” ที่เสนอต่อองค์การ สหประชาชาติในปี 1987 โดยมีการนิยามไว้ดังนี้ “การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่บั่นทอนความสามารถของคนรุ่นหน้าที่จะบรรลุความต้องการของพวกเขาเอง”

ดร.ชนิ เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เชษฐมาส (2545) อธิบายว่า นักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้มีส่วนในการเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด เพื่อที่จะสามารถรักษาสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ไว้ได้ระยะยาว การท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในปัจจุบันและอนาคตที่จะเกิดขึ้นจากความต้องการของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งการให้ประโยชน์กลับสู่ทรัพยากร

ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่เคารพทั้งผู้คน ในท้องถิ่น นอกจากนั้นก็คือ มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยพยายามที่จะให้นักท่องเที่ยว ได้สนุกกับกิจกรรมต่าง ๆ และได้รับการศึกษาที่จะเป็นผลประโยชน์ต่อประชาชน ดังนั้นการท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนควรรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจว่าประสบการณ์ ให้นักท่องเที่ยวนั้น มีความหมาย มีประโยชน์ การสร้างความตระหนักของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนและการส่งเสริมการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในกลุ่ม นักท่องเที่ยว

ดร.ชนิ เอมพันธุ์ (2550) ให้ข้อมูลว่าแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development-SD) เริ่มได้รับความสนใจนับจากศตวรรษ 1960 เป็นต้นมา จนถึงทศวรรษ 1980 แนวคิดดังกล่าว ให้ความสำคัญกับมิติด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิพากษ์ระบบ ทุนนิยมที่เน้นการเติบโต ทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวจนมีผลต่อความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม ทางธรรมชาติกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ นับตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ และการติดตาม ประเมินผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม ตลอดจนเกิดการกระจายรายได้ อย่างเป็นธรรมในชุมชนนั้น ๆ การมีส่วนร่วมของชุมชนจำแนกตามลักษณะของ การดำเนินงานที่ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวมี 2 ประเภท ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมระดับรายบุคคลรับผลประโยชน์โดยตรง เช่น สมาชิกชุมชน จัดให้บริการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการให้บริการดังกล่าว เช่น เรือ บังกะโล ที่พักอาหาร หรือเป็นการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตจากชุมชน

2. การมีส่วนร่วมระดับชุมชน โดยรวมกลุ่มจัดระบบการบริการนักท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมกันจัดตั้งเป็นองค์กร กำหนดมาตรการรองรับการท่องเที่ยว มีการจัดระบบการให้บริการในกิจกรรม ต่าง ๆ เกิดความสะดวกและมีมาตรฐาน เดียวกัน มีการจัดสรรรายได้สู่ผู้ให้บริการโดยตรงและกับ สมาชิกของชุมชนทั้งหมดในรูปของกองทุนหมู่บ้าน จัดเป็นธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชน นอกจากนั้น ชุมชนอาจประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้บริษัทนำเที่ยวนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนในแหล่ง ท่องเที่ยวของชุมชน หรือชุมชนมีการร่วมในการระดมทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวร่วมกับผู้ลงทุนอื่น ๆ และชุมชนได้รับประโยชน์จากธุรกิจท่องเที่ยว นำมาจัดสรรประโยชน์ในชุมชนตามที่ชุมชนได้ตั้งกฎ กติกาไว้ โดยยึดหลักความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยวให้คงอยู่ที่ยั่งยืน

3. การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การวางแผนการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง ของกลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ บริษัท เอกชน กลุ่มประชาชนและบุคคลให้ได้รับผลประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ตามหลักการทางจริยธรรม ด้วยความเคารพทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท้องถิ่น เศรษฐกิจและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ของชุมชน การท่องเที่ยวควรจะมีการวางแผน และการบริหารจัดการในลักษณะที่ยั่งยืน ข้อมูลจาก

การศึกษาวิจัย ผลกระทบมนุษย์ สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ควรจะได้รับ การสนับสนุนให้มีบทบาทความเป็นผู้นำในการวางแผนและการพัฒนาด้วยความช่วยเหลือของ ผู้ประกอบการที่จะสนับสนุนให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมและมีอิทธิพลต่อทิศทางการพัฒนา โดยคำนึงถึงการคุ้มครองและการใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทาง ธรรมชาติและสังคมท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีการบูรณาการวางแผนด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและ สังคม การวิเคราะห์ก่อนที่จะเริ่มโครงการที่สำคัญ มีการพิจารณาอย่างรอบคอบถึงความแตกต่างของ การพัฒนาการท่องเที่ยวและวิธีการที่พวกเขาจะเชื่อมโยงกับการใช้งานที่มีอยู่ในวิถีชีวิตและด้าน สิ่งแวดล้อม ในทุกขั้นตอนของการพัฒนาการท่องเที่ยว การดำเนินงานประเมินควรมีความรอบคอบใน การตรวจสอบ และมีหลักในการใกล้เคียงควรที่จะดำเนินการ เพื่อให้ประชาชนท้องถิ่นได้ใช้ ประโยชน์จากโอกาสหรือเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่ควรจะมีการส่งเสริมและการพัฒนา การท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค ภายในประเทศอย่างจริงจังก่อนสู่การพัฒนา ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นหลักประกันความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับ ระบบสาธารณูปโภคที่มีอยู่ อีกทั้งยังส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในโครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อการพัฒนาโดยใช้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับ การพัฒนา

การท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรรู้วิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ รวมทั้งการพิจารณาอย่างรอบคอบ ถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการพยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา เศรษฐกิจของพื้นที่นั้นตลอดจนการสนับสนุนให้มีการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นเพื่อการก่อสร้างและ การใช้ประโยชน์จากผลผลิตต่าง ๆ ของท้องถิ่นเพื่อจะช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นด้วยซึ่งจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ ท้องถิ่นให้มากที่สุดเพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชนและมุ่งเสริมรูปแบบของงานที่มีความน่าสนใจ และได้รับ

Fornell (1999) ได้เสนอแนวคิดการท่องเที่ยวที่ไม่ช่วงชิงการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน หากแต่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่น ให้มากที่สุด ด้วยการใช้อยู่ในชุมชนเท่าที่จำเป็น ที่สำคัญยังต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน กับคนในชุมชน Fennell ยังได้เสนอคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนดังกล่าวว่า จะต้อง ประกอบไปด้วย 5 ประการ ได้แก่

1. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทน Tourism States มาয়ครอครัวของ สมาชิกในชุมชนในฐานะการเปิดให้เป็นที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ โดยไม่ต้องผ่าน นายหน้าใด ๆ อันจัดเป็นการสร้างรายได้ทางตรงแก่คนในชุมชน

2. ต้องเป็นการท่องเที่ยวชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริงไม่ว่าจะเป็นการสร้างสาธารณูปโภค และการยกระดับความเป็นอยู่ที่ยั่งยืน “เพื่อสมาชิกในชุมชน” แต่ไม่ใช่ “เพื่อนักท่องเที่ยว”

3. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน อันเนื่องมาจากความพยายามนำความทันสมัยแบบตะวันตกเข้ามาสู่ชุมชน

4. ต้องเป็นการท่องเที่ยว ที่สร้างจิตสำนึกในการเคารพและรักษาสิ่งแวดล้อม สังคม ตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชนให้เกิด ขึ้นกับนักท่องเที่ยว

5. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีงามระหว่างประเทศทั้งในระดับนานาชาติ นานาภูมิภาค ที่ล้วนอยู่ภายใต้แนวโน้มวัฒนธรรม โดยนัยนี้การท่องเที่ยวชุมชนต้องเป็น

การท่องเที่ยวที่สอนให้นักท่องเที่ยวเคารพในความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม และไม่มองว่าใคร “เจริญกว่า” และใคร “ด้อยกว่า”

การท่องเที่ยวชุมชนเพื่อความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจของชุมชน

เสรี วงษ์มณฑา (2565) ประเทศไทยมีนโยบายกำจัดการความยากจนของชุมชนในชนบท ที่มีประชาชนระดับรากหญ้าอยู่เป็นจำนวนมาก นโยบายดังกล่าวให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิตให้แก่คนในชุมชน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายดังกล่าว ในปี 2544 ประเทศไทยได้เริ่มโครงการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่เรียกว่า OTOP (One Tambol One Product) แนวคิดหลักของสินค้า OTOP คือ คนในชุมชนจะผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รู้จักใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบที่จับต้องได้ หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่จับต้องไม่ได้ เพื่อพัฒนาและออกแบบสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อนำเสนอสินค้าดังกล่าวในตลาดระดับโลกาภิวัตน์ ให้คนในชุมชนจะใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ที่ชุมชนที่ไม่สามารถที่จะเลียนแบบได้ และมีคุณภาพดีที่เกิดการยอมรับไปทั่วโลก โดยจะต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถของคนในท้องถิ่นในการเปิดโลกทัศน์ ความรู้ ทักษะ การบริหารการผลิต การสร้างสรรค์ และการตลาด และรัฐบาลได้นำเอาการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ OTOP บูรณาการเข้าด้วยกัน โดยให้กรมพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทยจัดทำโครงการ “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี”

อภิชาติ โตดิลกเวชช์ (2561) ให้ความหมาย นวัตวิถี หมายถึง การดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใน OTOP นวัตวิถีโดยใช้โอกาสทางการท่องเที่ยวเป็นเป้าหมาย และการใช้จุดแข็งเดิม ผลิตจำนวนไม่มาก ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีอัตลักษณ์สกัดเฉพาะส่วนที่เป็นเสน่ห์ โดย ความร่วมสมัย ออกมาเป็นสินค้าและบริการ ที่นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้อย่างปัจจุบันเรียกว่า “ร่วมวิถี ร่วมสมัย”

ธีระพงศ์ โสดาศรี (2562) ให้ความหมาย นวัตวิถี หมายถึง การนำคำว่า “นวัตกรรม” ผสมกับซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการนำผู้คนจากชุมชนวิถีชีวิต เรียนรู้ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ อาหารการกิน และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนวิถีชีวิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์

และบริการ เป็นการพัฒนาจากภายในท้องถิ่นพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งอัตลักษณ์ชุมชนดั้งเดิมที่เน้น ซึ่งดำเนินมาหลายชั่วอายุคน มาสร้างเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวประทับใจ พร้อมซื้อสินค้าที่มาจากคนในชุมชนกลับไปด้วยว่า การท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ เพื่อไปเที่ยวที่เน้นส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ สัมผัสวิถีชีวิต

ในการจัดทำโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง
2. เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยวทั้งกระแสหลัก เมืองรอง และชุมชนให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
3. เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีขีดความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ และนำมาต่อยอดการบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น เป็นการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี กล่าวคือ รัฐบาลมีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับประเทศ คือ คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) เป็นผู้ขับเคลื่อน และมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมการดำเนินงาน OTOP จนถึงปัจจุบัน เป็นเวลา 16 ปี โดยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ สนับสนุนส่งเสริม ยกกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อให้ขายได้ มุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล ทำให้ผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ ต้องออกไปขายสินค้าตามที่ต่าง ๆ คนในชุมชนในเกิดความสุขที่แท้จริง รายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการ หรือบางกลุ่ม รายได้ไม่กระจายถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ในชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไม่ประสบผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร ประกอบกับรายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลักของประเทศ ส่วนใหญ่ตกไปอยู่ในกลุ่มทุนเอกชน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ห้างร้านใหญ่ ๆ ไม่ลงไปถึงฐานรากเช่นเดียวกัน

รัฐบาลได้พยายามหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้สินค้า OTOP ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในบรรดาสินค้า OTOP นั้น ส่วนหนึ่งจะเป็นสินค้าในเชิงวัฒนธรรมหรือ CPOT (Cultural Product of Thailand) ที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวซื้อเป็นของที่ระลึก มีการจัดงานมหกรรมเพื่อจำหน่าย

สินค้า OTOP และ CPOT ในวาระต่าง ๆ หลายร้อยครั้ง โดยมีการจัดระดับสินค้าเหล่านี้ตามระดับของคุณภาพเป็นสินค้า 1 ดาวไปจนถึง 5 ดาว เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการมุ่งเน้นพัฒนาและออกแบบสินค้าให้มีคุณภาพระดับที่สามารถส่งออกไปทั่วโลกได้

แม้รัฐบาลหลายรัฐบาลพยายามส่งเสริมสินค้า OTOP และ CPOT ความสำเร็จก็อยู่ในระดับที่ยังต้องมีการพัฒนาและการส่งเสริมเพิ่มเติม ทั้งด้านการออกแบบ ด้านคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการสร้างภาพลักษณ์ ทำให้ขายสินค้าไม่ได้ราคา และยังไม่อาจจะกระจายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สินค้าที่เป็นผลผลิตของชุมชนยังต้องการการพัฒนาและการส่งเสริมอย่างเข้มข้น ทั้งด้านการออกแบบ ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการตลาด

ในความพยายามที่จะหาช่องทางเพื่อการจัดจำหน่ายสินค้า OTOP และ CPOT ที่ไม่ถ่วงน้ำหนัก รัฐบาลจึงจัดให้มีโครงการ “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี” ขึ้น เป็นโครงการที่บูรณาการด้านการท่องเที่ยวและด้านการส่งเสริมสินค้า OTOP เข้าด้วยกัน โดยกรมพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย สร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้สินค้า OTOP ดึงคนเข้ามาเยือนถิ่นกำเนิดหรือพื้นที่ผลิตสินค้าดังกล่าวที่ทำให้สินค้า OTOP ขายดีขึ้นในพื้นที่ และมีคนมาเยือนเป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่

นอกจากนั้นแล้ว ยังมีโครงการ “เที่ยวชุมชนยลวิถี” ของกระทรวงวัฒนธรรมที่เผยแพร่ความน่าสนใจของชุมชนต่าง ๆ ที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ โดยเฉพาะชุมชนของชนเผ่าต่าง ๆ ที่เข้ามาตั้งรกรากอยู่ในประเทศไทย พวกเขาเป็นคนไทยที่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิต ความเชื่อดั้งเดิมของชนเผ่าเอาไว้ตลอดเรื่อยมา ทำให้ชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ กลายเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจของชุมชน

นอกจากการได้ซื้อสินค้า OTOP และสินค้า CPOT ในชุมชนต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยือนแล้ว หลายชุมชนได้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่น ทั้งด้านหัตถกรรม การทำอาหาร การเล่นเกม การเล่นกีฬา การแสดงดนตรี การแสดงฟ้อนรำ การทำงานที่เป็นวิถีชีวิตประจำวัน และการเข้าร่วมงานเทศกาลที่เป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรม ทำให้ชุมชนต่าง ๆ สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเส้นทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนที่ส่วนใหญ่เป็นชุมชนในชนบทที่ไม่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งปลูกสร้างอย่างเช่น วัด วัง โบสถ์ อนุสรณ์สถาน อนุสาวรีย์ ห้างสรรพสินค้า หรือพิพิธภัณฑ์ เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ตามหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ของพื้นที่ (Localization)

ชุมชนต้องสำรวจทุนทางวัฒนธรรมของตนเองว่าสามารถนำมาทำเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนที่มีความสามารถด้านการสร้างสรรค์กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพิสูจน์ศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง กิจกรรมเหล่านี้จะต้องเป็นกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และถ้าหากเป็นผลผลิตที่จับต้องได้ นักท่องเที่ยว

จะต้องมีความต้องการที่จะนำผลผลิตที่พวกเขาทำขึ้นมาเองในการร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค์ในชุมชนกลับไปเป็นของที่ระลึกที่บ้าน

การพัฒนาโครงการสินค้า OTOP และ CPOT ให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนจะต้องให้ความสำคัญกับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน กิจกรรมการสร้างสรรค์ต้องแสดงให้เห็นทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นสิ่งที่ท้าทายศักยภาพในการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมที่พวกเขาสามารถหาได้ในพื้นที่ดังกล่าวนั้น โดยเฉพาะ ไม่อาจจะหาในพื้นที่อื่น ๆ ได้ ทำให้พื้นที่ดังกล่าวกลายเป็นพื้นที่เป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านที่มีความพิเศษเฉพาะพื้นที่นั้น

เพื่อให้ชุมชนที่มีสินค้า OTOP และสินค้า CPOT ที่โดดเด่นเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ทำธุรกิจด้านสินค้า OTOP และ CPOT จะต้องมีความรู้และทักษะในการวางแผนการตลาดเชิงยุทธ์ เพื่อทำการสื่อสารการตลาดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมของพื้นที่ ตามหลักการของการตลาด สินค้า OTOP และ CPOT จะทำให้ชุมชนใดชุมชนหนึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สินค้านั้นจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้ 1) มีคุณภาพและสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน 2) ต้องมีกิจกรรมการตลาดสร้างตราสินค้าให้สินค้าเหล่านั้นมีภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่โด่งดังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว 3) เป็นสินค้าที่การสร้างสรรค์เป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพิสูจน์ศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง และ 4) ผู้ประกอบการต้องมีความมั่นใจที่จะลงทุนทำกิจกรรมเกี่ยวกับสินค้านั้น

การใช้สินค้า OTOP และ CPOT ในการสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน คนในพื้นที่จะต้องมีส่วนร่วมด้วยในการสืบสานวัฒนธรรมของท้องถิ่น นำเสนอสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น พัฒนาความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ร่วมมือกันสืบสานทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนอีกทั้งต้องพัฒนาความรู้และทักษะการตลาดเพื่อให้ในการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้กิจกรรมการสร้างสรรค์ของชุมชนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนชุมชนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค์ในชุมชน โดยจะต้องใช้หลักการของ 3 P's ในการดำเนินการ คือ Planning การวางแผน Product Development การพัฒนาสินค้า (ในที่นี้หมายถึงการกำหนดกิจกรรมสร้างสรรค์) และ Promoting Community ส่งเสริมการตลาดให้ชุมชนกลายเป็นพื้นที่เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุป การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชน ชื่นชมชุมชน เกิดแรงบันดาลใจที่อยากมาเยือนชุมชน ด้วยการให้เนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนโดยละเอียดผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะช่องทางดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยงบประมาณที่น้อยมาก รวมทั้งการจัดกิจกรรมต่าง ๆ การจัดประกวด การแข่งขัน การจัดงาน

นิทรรศการ และมหกรรมต่าง ๆ ความสำเร็จของการส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการสื่อสารการตลาดที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า OTOP และสินค้า CPOT ที่เป็นที่มาของกิจกรรมสร้างสรรค์ตามแนวทางของโครงการ “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของกรมพัฒนาชุมชนของกระทรวงมหาดไทย และโครงการ “เที่ยวชุมชนยลวิถี” ของกระทรวงวัฒนธรรม โดยต้องเน้นอัตลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านการสร้างตราสินค้าให้สินค้า OTOP และ CPOT ที่มีการพัฒนาให้มีความเป็นเอกลักษณ์บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์

พิรตร แก้วลาย และทิพย์สุตา จันทรแจ่มหล้า (2556) อธิบายเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นกระบวนการหรือกิจกรรมที่เกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ทุนทางปัญญาหรือองค์ความรู้ และ 2) ทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์ หรือองค์ความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์ ทุนทางปัญญาสามารถอยู่ในรูปแบบของ “ฐานความรู้” เดิมหรือ “ความรู้ใหม่” ที่จะสามารถนำไปใช้ต่อยอดความคิดโดยทุนในลักษณะนี้สามารถเกิดได้จากทุนมนุษย์ เช่น ศึกษาและการฝึกอบรมที่นำมาสู่ความคิดใหม่ ๆ ทุนทางวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมดั้งเดิมของไทยและทุนสังคม เช่น ขนบธรรมเนียม และองค์ความรู้ในท้องถิ่น เป็นต้น

เมื่อปี 2547 (ค.ศ.2004) องค์การ UNESCO ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม จึงได้เสนอแนวคิดเรื่อง “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The Creative Cities Network)” ขึ้น โดยมีเป้าหมายในการสร้างความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาไปสู่ระดับผู้นำชาติ สร้างสันติวัฒนธรรมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ทำให้เห็นพลังของวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อการพัฒนานโยบายในระดับท้องถิ่นผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในลักษณะของการเชื่อมโยงเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกเข้าด้วยกัน เน้นการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่จะเป็รูปแบบใหม่ของความร่วมมือในระดับโลก

Kwong et al. (2000) กล่าวว่า องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization-WTO) คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) จะเติบโตอย่างรวดเร็ว การดำรงรักษาวิถีชีวิตที่เป็นวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ การผลิตงานศิลปะโดยช่างฝีมืองานหัตถกรรมทั้งหลายคือสิ่งท้าทายสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เคลื่อนไหวขึ้นเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ช่างฝีมือและผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จะมีบทบาทสำคัญในการเคลื่อนไหวนวัตกรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

UNESCO ให้นิยามเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ว่าเป็นเมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้นๆ เป็นเมืองที่มีรากฐานจากความมั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์ คนและวัฒนธรรมของชุมชนมีส่วนสำคัญที่ทำให้เมือง เป็นพื้นที่ในการแสดงออกของความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการรวมตัวทางสังคมเพื่อแสดงออกมาทางศิลปะและกิจกรรมต่าง ๆ ทางวัฒนธรรม นำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การเข้าร่วมเครือข่ายของเมืองสามารถทำให้เกิดการสนับสนุนเสริมสร้างการเรียนรู้จากกันและกัน มีการทำงานร่วมกันเพื่อการพัฒนาเมืองของทุกประเทศ เป็นการเสริมสร้างห่วงโซ่คุณค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน การเป็นเมืองสร้างสรรค์ก่อให้เกิดความร่วมมือกันด้านความคิดสร้างสรรค์เพื่อเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดการสร้างงาน เป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมบนพื้นฐานของความหลากหลายทางสังคม เป็นกระบวนการเรียนรู้การใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นสินทรัพย์เชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่อย่างเต็มศักยภาพ เป็นการทำงานร่วมกันของภาคชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนักสร้างสรรค์งานในชุมชน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของพลเมืองและผู้เกี่ยวข้องกับงานด้านวัฒนธรรมของชุมชน

ดังนั้น เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) จึงหมายถึง เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ มีรากฐานจากความมั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เมืองเป็นพื้นที่ในการแสดงออกของความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการรวมตัวทางสังคม และความเป็นท้องถิ่นนี้เองที่แสดงออกหรือสื่อสารออกมาทางศิลปะในรูปแบบต่าง ๆ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์การเข้าร่วมเครือข่ายของเมืองสามารถทำให้เกิดการสนับสนุนเสริมสร้างการเรียนรู้จากกันและกันและทำงานร่วมกันเพื่อการพัฒนาเมืองของทุกประเทศ โดยการเสริมสร้างห่วงโซ่คุณค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในท้องถิ่น เหนือสิ่งอื่นใดการเป็นเมืองสร้างสรรค์ยังมีส่วนในการได้สร้างความร่วมมือกับด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ช่วยสนับสนุนการสร้างงาน ส่งเสริมวัฒนธรรมบนพื้นฐานของความหลากหลายทางสังคม การเจรจา ระหว่างวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน สร้างโอกาสที่ดีให้กับเมืองผ่านกระบวนการเรียนรู้ และโครงการความร่วมมือระหว่างเมืองต่าง ๆ เพื่อประโยชน์จากสินทรัพย์เชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่อย่างเต็มที่

การทำงานร่วมกันกับประชาชน สังคม เพื่อสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์และนักสร้างสรรค์งาน รวมถึงการมีส่วนร่วมของพลเมืองและผู้เกี่ยวข้อง ที่มีพื้นที่สาธารณะเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเมืองที่จะสามารถตอบโจทย์ ให้แก่คนในท้องถิ่น เมืองเป็นของทุกคน เพราะการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเมือง

จึงเป็นหน้าที่ของทุกคน เมืองสร้างสรรค์ไม่ใช่เรื่องของการปรับปรุงหรือพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่เป็นเมืองมีพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ที่นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ จึงมาจากความคิดสร้างสรรค์และเป็นแหล่งรวมนักคิด ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อประกอบกิจการและก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ แนวทางของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จึงต้องประกอบด้วยนโยบายและแผนการลงทุนของรัฐ ในหลายด้านตั้งแต่การลงทุนในสาธารณูปโภคในโครงสร้างพื้นฐานและการเรียนรู้ การปรับปรุงกฎระเบียบ และการสนับสนุนด้านการเงินให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและอาศัยของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ยังรวมถึงการจัดกิจกรรมระดับเมืองและชนชาติ หลากหลายเพื่อสะท้อนเอกลักษณ์ และภาพของเมืองอย่างสร้างสรรค์

ทิศทางการพัฒนาเมืองและการพัฒนาท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21 เป็นการพัฒนาเมืองที่ให้ความสำคัญกับมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์เป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดและเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การมีสภาพแวดล้อมเมืองที่เป็นมิตรกับมนุษย์ เอื้อต่อการพัฒนาและการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นทรัพยากรสร้างสรรค์ จึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ ของแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

การพัฒนาเมืองและการพัฒนาท้องถิ่นไปสู่เมืองสร้างสรรค์ ผู้บริหารเมืองหรือท้องถิ่นมีบทบาทที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนนโยบายเมืองสร้างสรรค์ เพราะเป็นผู้ที่ได้รับโอกาสในการบริหารจัดการระเบียบและเป็นผู้ที่สามารถดำเนินโครงการจากระดับนโยบายไปสู่การปฏิบัติจนสำเร็จเป็นรูปธรรม การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาที่มีการผลักดันอย่างจริงจังและจำเป็นต้องใช้งบประมาณในการพัฒนากายภาพเมืองให้มีความสะดวกสบาย สวยงาม และเอื้อต่อการมีปฏิสัมพันธ์และการประกอบธุรกิจของประชากรเมือง/ท้องถิ่น จึงเป็นรูปแบบการพัฒนาที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนทางการเงินและมวชน

UNESCO เห็นว่า เรื่องวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต และเป็นสิ่งที่ทำกันเป็นประจำจนเป็นกิจวัตรในชุมชน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับการพัฒนาวัฒนธรรมให้เป็นทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืน จึงเกิดแนวคิดในการสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative City Network) ขึ้นเพื่อใช้เป็นปัจจัยในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่เกิดจากการร่วมกันสร้างพลังการสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองให้เกิดความยั่งยืนขึ้นมีการสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ที่ทำให้เกิดความร่วมมือด้วยการปฏิสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรม สร้างความเป็นอยู่ที่ดีของพลเมืองบนพื้นฐานของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญกับความร่วมมือซึ่งกันและกัน โดยให้มี

การนำเสนอเรื่องของวัฒนธรรมและการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ในทำกิจกรรมต่าง ๆ เมืองจะเป็นเหมือนห้องปฏิบัติการสำหรับเพิ่มพลังความร่วมมือระหว่างเมือง โดยพลเมืองของแต่ละเมืองจะมีการเรียนรู้ระหว่างกันผ่านโครงการความร่วมมือในรูปแบบต่าง ๆ ของการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน

แนวทางของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จึงต้องประกอบด้วยนโยบายและแผนการลงทุนของภาครัฐในหลายด้าน ตั้งแต่การลงทุนในสาธารณูปโภค ในโครงสร้างพื้นฐาน ในการเรียนรู้ โดยจะต้องมีการปรับปรุงกฎระเบียบ แนวทางในการสนับสนุนด้านการเงินให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ต้องมีการจัดกิจกรรมระดับเมืองและระดับชาติที่หลากหลายเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของเมืองอย่างสร้างสรรค์

UNESCO เห็นว่า เรื่องวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต และเป็นสิ่งที่ทำกันเป็นประจำจนเป็นกิจวัตรในชุมชน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับการพัฒนาวัฒนธรรมให้เป็นทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืน จึงเกิดแนวคิดในการสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative City Network) ขึ้น เพื่อสนับสนุนให้เมืองที่มีทุนด้านการสร้างสรรค์ใช้เป็นปัจจัยในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่เกิดจากการร่วมกันผลักดันพลังการสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองให้เกิดความยั่งยืนขึ้นมีการสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ที่ทำให้เกิดความร่วมมือด้วยการปฏิสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรม สร้างความเป็นอยู่ที่ดีของพลเมืองบนพื้นฐานของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญกับความ ร่วมมือซึ่งกันและกัน โดยให้มีการนำเสนอเรื่องของวัฒนธรรมและการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ในทำกิจกรรมต่าง ๆ เมืองจะเป็นเหมือนห้องปฏิบัติการสำหรับเพิ่มพลังความร่วมมือระหว่างเมือง โดยพลเมืองของแต่ละเมืองจะมีการเรียนรู้ระหว่างกันผ่านโครงการความร่วมมือในรูปแบบต่างๆของการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน

แนวทางของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จึงต้องประกอบด้วยนโยบายและแผนการลงทุนของภาครัฐในหลายด้าน ตั้งแต่การลงทุนในสาธารณูปโภค ในโครงสร้างพื้นฐานในการเรียนรู้ โดยจะต้องมีการปรับปรุงกฎระเบียบ แนวทางในการสนับสนุนด้านการเงินให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ต้องมีการจัดกิจกรรมระดับเมืองและระดับชาติที่หลากหลายเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของเมืองอย่างสร้างสรรค์

UNESCO กำหนดเมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities) ทั้งหมด 7 สาขา โดยมีเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกเป็นสมาชิกเครือข่ายแล้วทั้งสิ้น 180 เมือง ใน 72 ประเทศทั่วโลก (ข้อมูล ณ ปี 2560) และได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้จำนวนเมืองที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมืองสร้างสรรค์ทั้ง 7 ประเภทมีรายละเอียด ดังนี้

1. วรรณคดี (Literature) 28 เมือง
2. ด้านการออกแบบ (Design) 31 เมือง
3. ภาพยนตร์ (Film) 13 เมือง
4. ดนตรี (Music) 31 เมือง
5. ด้านหัตถกรรมพื้นบ้าน (Craft and Folk Arts) 37 เมือง
6. งานศิลปะด้านสื่อสารมวลชน (Media arts) 14 เมือง
7. อาหาร (Gastronomy) 26 เมือง

ประเทศไทยมีเมืองสร้างสรรค์แล้ว 6 เมือง คือ

1. กรุงเทพมหานคร ได้รับการประกาศเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2562
2. เชียงใหม่ และสุโขทัย ได้รับการประกาศให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมพื้นบ้าน เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ตามลำดับ
3. ภูเก็ต และเพชรบุรี ได้รับการประกาศให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารเมื่อวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2559
4. สุพรรณบุรี ได้รับการประกาศให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรีเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2566

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ/ภูมิภาค หรือระหว่างชุมชนท้องถิ่นในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชน เป็นการยืนยันความเจริญรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ และทักษะที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางธรรมชาติที่มีในแต่ละชุมชน UNESCO กำหนดการจัดทำข้อเสนอการเข้าเป็นเครือข่าย Creative Cities ด้วยหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. พัฒนาจุดเชื่อมโยงของเครือข่ายแห่งการสร้างสรรค์และนวัตกรรม สร้างโอกาสให้นักประดิษฐ์ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านวัฒนธรรม
2. สร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างเมืองต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
3. ปรับปรุงการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในด้านวัฒนธรรมทั้งในชนกลุ่มน้อย ผู้ด้อยโอกาส หรือปัจเจกชน
4. กระตุ้นและส่งเสริมความคิดริเริ่มที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ในด้านการพัฒนาเมือง
5. ผสมผสานงานด้านวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์เข้ากับยุทธศาสตร์และแผนด้านการพัฒนาท้องถิ่น

6. การสร้าง การผลิต การกระจายและการจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม สินค้า และบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์

ในการสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO (Creative Cities Network - UCCN) ในปี พ.ศ. 2547 (ค.ศ. 2004) ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ว่าเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายเมือง ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ในมิติของ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เมืองที่เป็นสมาชิกของเครือข่ายมีหน้าที่แลกเปลี่ยน ถ่ายทอดประสบการณ์ องค์ความรู้ กรณียกิจรวมถึงสร้างพันธมิตรที่จะช่วยส่งเสริมและเผยแพร่ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม สนับสนุนสิทธิทางวัฒนธรรมและการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็น หัวใจสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน มีการร่วมกันขับเคลื่อนเมืองเพื่อบรรลุเป้าหมายตามวาระ การพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 ขององค์การสหประชาชาติ (The 2030 Agenda for Sustainable Development) รายละเอียดของวัตถุประสงค์ มีดังนี้

1. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเมืองและประเทศที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน
2. สนับสนุนการขับเคลื่อนโครงการที่ริเริ่มโดยเมืองสมาชิก ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเมือง ผ่านความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน
3. ส่งเสริมการสร้างสรรค์ การผลิต การจัดจำหน่าย การเผยแพร่กิจกรรม สินค้า และบริการทางวัฒนธรรม
4. พัฒนาศูนย์กลางทางความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สร้างโอกาสให้นักสร้างสรรค์ พัฒนาวิชาชีพสร้างสรรค์การผลิตสินค้าและการให้บริการทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในกลุ่ม ผู้ด้อยโอกาสให้เรียนรู้และมีทักษะในการทำงานด้านการสร้างสรรค์ โดยผู้พัฒนาเมืองจะต้องใช้ วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ของเมือง

นอกจากการกำหนดวัตถุประสงค์แล้ว UNESCO ยังกำหนดขอบเขตการดำเนินงาน การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ให้เป็นการดำเนินงานทั้งในระดับเมืองและระดับนานาชาติ ประกอบด้วย กิจกรรมดังต่อไปนี้

1. แลกเปลี่ยนประสบการณ์ องค์ความรู้ และกรณีศึกษา
2. จัดทำโครงการทดลอง ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และคนในชุมชน
3. สร้างเครือข่ายและโครงการแลกเปลี่ยนทางด้านศิลปะและวิชาชีพ
4. จัดให้มีผลงานการศึกษาและวิจัย การประเมินผล จากประสบการณ์การพัฒนาเมือง สร้างสรรค์ในบริบทต่าง ๆ

5. จัดทำนโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน

6. จัดให้มีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ด้านเมืองสร้างสรรค์

ดังนั้น เมื่อมีการสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีการแตกแขนงไปเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นนวัตกรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเพียงแต่การไป “ดูและเรียนรู้” แต่ต้องการไป “ทำ” อะไรบางอย่างเพื่อให้ได้ประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แท้จริงของชุมชน ด้วยการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ และการปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนของพื้นที่ท่องเที่ยว

นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กันตภณ แก้วสง่า และคณะ (2563) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 6 คุณลักษณะ (Richards, 2009) ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความประทับใจในเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติอย่างสร้างสรรค์บางอย่าง
2. วิธีการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวมองหาประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้ทำกิจกรรมบางอย่างในการเดินทางท่องเที่ยว
3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของพื้นที่ท่องเที่ยว
4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน
5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ ทั้งการผลิต การแสดง การทำงาน การใช้ชีวิตประจำวัน การร่วมกิจกรรมทางประเพณี งานเทศกาล ร่วมกับชุมชนท้องถิ่น และ
6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

Richards (2009) เสนอแนะว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 11 ปัจจัย ได้แก่

1. พื้นที่ต้องมีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายกระจายตัวอยู่ตามชุมชนต่าง ๆ
2. การมีส่วนร่วมจากชุมชนในท้องถิ่นที่มีความยินดีที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. มีพันธมิตรรวมตัวกันเป็นเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. มีการวางแผนระยะยาวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมาช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดีการกำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
7. การมีอิสรภาพในการบริหารจัดการ
8. มีการสื่อสารและการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
9. มีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอในการดำเนินการ
10. มีผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง
11. การเมืองในชุมชนต้องมีเสถียรภาพ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมพลังร่วมมือกันทำงานอย่างปราศจากความขัดแย้ง

จิตชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล (2562) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้นอีกระดับหนึ่ง โดยเน้นการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการลงมือปฏิบัติจริงเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงวัฒนธรรมมากขึ้น โดยการร่วมปฏิบัติเรียนรู้จากการลงมือทำร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือผู้รู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นการใช้อยุทธศาสตร์จากการใช้ทักษะเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นในการกระตุ้นการท่องเที่ยวในชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับชุมชน ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่มีความหมายมากขึ้นระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว

จิตคุปต์ ละอองปลิว (2559) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการทัศนและทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน UNESCO มีการกำหนดนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะที่สืบสานกันมาในท้องถิ่น ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับผู้คนที่ยังอาศัยอยู่ในชุมชนที่จะเป็นผู้สร้างสรรค์ที่ทำให้วัฒนธรรมของท้องถิ่นได้รับการสืบสานให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน (Raymond & Bergeron, 2008) หลายประเทศได้เริ่มนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของแต่ละพื้นที่

Richards and Raymond (2000) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” คือ การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมและจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยังหมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากการมีประสบการณ์ตรงร่วมกับ

เจ้าของวัฒนธรรมและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับคนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน

UNESCO ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยชุมชนจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ในมิติของการเรียนรู้และการทดลองปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เพื่อให้ได้ประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชน นอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนกับผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน จากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้ มีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มประสบการณ์ตรงที่ได้จากกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และสร้างคุณค่าชุมชนผ่านวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย 4.0 ที่จะช่วยพัฒนาประเทศสอดคล้องกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวใหม่ที่เน้นความผูกพันระหว่างผู้มาเยือนและชุมชนผ่านการเรียนรู้ และประสบการณ์ตรง

Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism (2006) นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีความมุ่งหมายในการพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว เป้าหมายที่ยังดำรงรักษาวิถีชีวิต การสืบสานวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของชุมชนไว้อย่างยั่งยืน Ababneh (2012) นิยามว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวประเภทที่ให้โอกาสแก่นักท่องเที่ยวที่จะได้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ด้วยการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ การท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชุมชนที่ไม่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งก่อสร้าง เช่น โบสถ์ วัด วัง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน พิพิธภัณฑ์ หรือสิ่งที่มีอยู่ได้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวจาก “อุตสาหกรรมบริการ” มาเป็น “อุตสาหกรรมแห่งประสบการณ์” ที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจและน่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยว

ชิตชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล (2562) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เป็นการพัฒนาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงวัฒนธรรมได้มากยิ่งขึ้น โดยการร่วมปฏิบัติเรียนรู้จากการลงมือทำร่วมกับเจ้าบ้านหรือผู้รู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นการใช้ประโยชน์จากการใช้ทักษะเชิงวัฒนธรรมของ

ท้องถิ่นในการกระตุ้นการท่องเที่ยวในชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชน เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่มีความหมายมากขึ้นระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว

จิตคุปต์ ละอองปลิว (2559) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการทัศนและทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน UNESCO มีการกำหนดนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะที่สืบสานกันมาในท้องถิ่น ก่อให้เกิดความเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่ยังอาศัยอยู่ในชุมชนที่จะเป็นผู้สร้างสรรค์ที่ทำให้วัฒนธรรมของท้องถิ่นได้รับการสืบสานให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน (Raymond, 2008) หลายประเทศได้เริ่มนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของแต่ละพื้นที่

Richards and Raymond (2000) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” คือ การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมและจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังหมายถึงการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากการมีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับคนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน

Techakana (2022) ศึกษาเรื่อง A Structural Equation Model for Developing and Promoting Creative Tourism in Thailand โดยมองว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนต่อขยายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เปลี่ยนจากการ “ไปดูและไปเรียนรู้” มาเป็นการ “ทำ” ซึ่งเป็นลักษณะของ “อุตสาหกรรมประสบการณ์” ที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ไม่มีกิจกรรมอะไรทำเลย และจะแสวงหาโอกาสในการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นวัฒนธรรมของจริงในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องเรียนรู้ที่จะใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน

Kwong (2017) กล่าวว่า WTO คาดหวังว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะนักท่องเที่ยวสนใจที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตที่เป็นวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) ของท้องถิ่นต่าง ๆ การสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวร่วมผลิตสิ่งของที่เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ท้าทายผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ในชุมชนและสิ่งที่เป็นผลผลิตหรือผลลัพธ์ของการร่วมสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Richards (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์เติบโตอย่างรวดเร็วเพราะนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้ด้วยการ “กระทำ” (Active Learning) มากกว่า “การดูและเรียนรู้เฉย ๆ (Passive Learning)” แทนที่การท่องเที่ยวจะเป็นการไปวัด โบสถ์ วัง หรืออนุสาวรีย์ การท่องเที่ยวจะกลายเป็นโอกาสของการร่วมผลิต ร่วมกระทำ ร่วมกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ ร่วมแสดง ร่วมเล่นดนตรี ร่วมทำอาหาร ร่วมเล่นกีฬา ร่วมเล่นเกม เชิงวัฒนธรรม Richards and Wilson (2004) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก้าวออกจาก การนำเสนอพิพิธภัณฑ์ โรงละคร การชมการแสดงดนตรี แต่จะเกี่ยวข้องกับการได้หัดเล่นดนตรีที่บ้าน การใส่ชุดพื้นเมืองของท้องถิ่น การร่วมกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

Kwong (2017) กล่าวว่า องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization-WTO) คาดหวังว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเติบโตอย่างรวดเร็ว Techakana (2022) กล่าวว่าสำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยว คือ เครื่องจักรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อกำจัดความยากจน ยุทธศาสตร์การพัฒนาในยุคประเทศไทย 4.0 ให้ความสำคัญกับ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” และการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่รัฐบาลต้องการที่จะส่งเสริมเพื่อเศรษฐกิจของประเทศเติบโต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555) แสดงให้เห็นว่า ยุทธศาสตร์ของประเทศไทยสอดคล้องกับเป้าหมายของ WTO ที่มุ่งเน้นวัตถุประสงค์ของการพัฒนา 5 ประการ คือ 1) เติบโตอย่างยั่งยืน 2) กำจัดความยากจน 3) ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ และดำรงรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม 4) มีความชื่นชมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการสืบสาน และ 5) มีความเข้าใจซึ่งกันและกันเพื่อสันติภาพและความมั่นคง ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆจะต้องพัฒนาบนปรัชญาของความยั่งยืน

Pavic & Armensky (2018) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสร้างสรรค์ในชุมชน 2) ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่เป็นผลผลิตของกิจกรรมสร้างสรรค์ 3) การบวนการของการสร้างสรรค์ และ 4) บรรยากาศที่กระตุ้นการสร้างสรรค์ และในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Techakana (2022) ตอกย้ำว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาจะต้องปฏิบัติตามหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนขยายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เปลี่ยนจากการท่องเที่ยวที่ไม่มีการกระทำ (Passive Tourism) ที่มีเพียงการ “ดูและเรียนรู้” มาเป็นการท่องเที่ยวที่มีการกระทำ (Active Learning) ด้วยการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกับคนในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เข้าใจวัฒนธรรมที่แท้จริงของชุมชนในขณะที่ได้ทดสอบศักยภาพด้านสร้างสรรค์ของตนเอง เป็นการได้ฝึกฝนทักษะด้านการสร้างสรรค์ของตนเองในบริบทของชุมชน (Richard and Raymond, 2000) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน ก่อให้เกิดความเข้าใจความคิดและค่านิยมของคนในพื้นที่อย่างลึกซึ้ง ทำให้เข้าใจระบบนิเวศของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง (Wisuthiluck, 2015) สอดคล้องกับการที่ส่วนร่วม ในนิยามของ

สหประชาชาติ (United Nation, 2015) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีบทบาทในการวางแผนการพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ทำให้พวกเขามีโอกาสได้รับผลประโยชน์จากการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่

Kithia and Reilly (2010) กล่าวว่า วัฒนธรรมที่แท้จริงที่ไม่มีการบิดเบือน (Unadulterated Authentic Culture) เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่พวกเขาได้ “ดูและเรียนรู้” ที่ผ่านมานั้นเป็นวัฒนธรรมที่มีการบิดเบือน (Staged Culture) เพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวในเชิงพาณิชย์ นักท่องเที่ยวเริ่มไม่พอใจกับวัฒนธรรมที่เป็น การแสดงเหล่านั้น และเริ่มแสวงหาประสบการณ์กับวัฒนธรรมที่แท้จริง Sheth, et al. (1991) กล่าวว่า การสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ 5 ประการ คือ 1) คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย คือ ได้ทำสิ่งที่ต้องการ 2) คุณค่าด้านอารมณ์ ได้ความรู้สึกที่ดีเมื่อได้ทำ 3) คุณค่าด้านสังคม ได้ทำ กิจกรรมร่วมกับคนอื่น 4) คุณค่าด้านความรู้ ได้เรียนรู้จากการกระทำ และ 5) คุณค่าด้านสถานการณ์ ที่ถูกใจ ได้อยู่ในบรรยากาศที่ดี ทั้งความสัมพันธ์กับคนอื่นและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการทำ กิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยวได้ครบถ้วนทั้ง 5 ประการ ในขณะที่ Sip (2018) กล่าวว่า “ประสบการณ์ที่ดี” สร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่า “การบริการที่ดี” เพราะประสบการณ์บริการที่ดีทำให้ความทรงจำที่ดีกว่า

Richards (1999) กล่าวว่าวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะทำให้ชุมชนที่เป็น เป้าหมายของการท่องเที่ยวมีโอกาสในการนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งวัฒนธรรม ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ชุมชนต่าง ๆ ทั่วโลก ต่างพยายามใช้กิจกรรมการสร้างสรรค์เป็นสินค้า ของการท่องเที่ยวนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism) ที่มีความหลากหลาย เพราะนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะทดสอบศักยภาพของ ตนเองหลากหลายเรื่อง Richards (2000) สรุปว่า การที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เติบโตก็เพราะ 1) นักท่องเที่ยวต้องการมีประสบการณ์กับวัฒนธรรมที่เป็นของจริง 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชน 3) กิจกรรมทางวัฒนธรรม ของชุมชนเล็ก ๆ เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกไม่น้อยไปกว่าวัฒนธรรมของเมืองใหญ่ 4) ผู้ประกอบการกับผู้เชี่ยวชาญกิจกรรมการสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมมีความร่วมมือกันแบบบูรณาการ ในการใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมของชุมชน และ 5) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้สร้างงานให้แก่ คนในชุมชนที่มีความสามารถด้านการสร้างสรรค์ได้หลากหลาย

ต่อมา Richards and Raymond (2002) อธิบายเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เติบโตได้ เพราะ 1) เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่า “ดูและเรียนรู้เฉย ๆ” 2) เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดนวัตกรรมของผลผลิตในรูปแบบต่าง ๆ 3) เป็นการท่องเที่ยวที่สร้าง แรงบันดาลใจให้คนในชุมชนพัฒนาความสามารถด้านการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของชุมชน

เพื่อการสืบสาน 4) เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวใช้ศักยภาพด้านสร้างสรรค์ในการสร้างผลผลิตเป็นของที่ระลึกที่ทำเองแล้วนำกลับไปบ้าน และ 5) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ “ทำกิจกรรมอะไรบางอย่าง” ที่มากกว่า “การดูและการเรียนรู้เฉย ๆ)

Fernandes & Rachoa (2014) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป พวกเขาต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น อยากมีความรู้เกี่ยวกับการร่วมทำกิจกรรม พวกเขาอยากสัมผัสวัฒนธรรมที่แท้จริงในบรรยากาศที่แท้จริง

พวกเขาต้องการนำเสนอศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปหัตถกรรม การทำอาหาร การทำไร่ทำสวน การแสดง การเล่นเกม ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้เกิดจากการที่ผู้คนสามารถเชื่อมต่อกันทั่วโลกด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้ที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องตระหนักว่าแม้ในชุมชนไม่มีสิ่งก่อสร้างทางวัฒนธรรม อย่างเช่น วัด วัง โบสถ์ วิหาร พิพิธภัณฑสถาน อนุสาวรีย์ ชุมชนของเขายังมีกิจกรรมสร้างสรรค์เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้

สำหรับประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอาคารที่แสดงวัฒนธรรมด้านการออกแบบและสถาปัตยกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจจะเป็นทางเลือกกว่าจะพัฒนาการท่องเที่ยวด้านนี้หรือไม่ แต่สำหรับชุมชนที่ไม่มีอาคารที่แสดงวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวมาร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่จำเป็น ถ้าหากต้องการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องจักรในการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่น Richards (1999) ยืนยันว่าผลการวิจัยของเขาพบว่าเมืองเล็ก ๆ สามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้สำเร็จ ถ้าหากพวกเขาใช้กิจกรรมการสร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยวนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการทดสอบศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนเอง

คนในชุมชนต้องทำกิจกรรมชุมชนศึกษาเพื่อสำรวจว่าในชุมชนมีกิจกรรมการสร้างสรรค์อะไรที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และ Richards (2019) ก็แนะนำว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ จะต้องอาศัย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) กิจกรรมการสร้างสรรค์ ต้องมีเสน่ห์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) คนในชุมชนต้องได้รับการพัฒนาให้มีความพร้อมที่จะเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในชุมชนเป็นจำนวนมาก และ 3) จะต้องมีการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้ชุมชน โดยต้องตระหนักว่าผู้เชี่ยวชาญการสร้างสรรคในชุมชน คือ ทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่จะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากประสบการณ์ของการ “ดูและการเรียนรู้เฉย ๆ” มาเป็นประสบการณ์ของการ “ทำอะไรบางอย่าง” ด้วยการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน Suttipisan (2013) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ 1) ต้องศึกษาทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมานำเสนอเป็นสินค้าการท่องเที่ยวของชุมชน 2) ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้นักท่องเที่ยว 3) ผลิตสินค้าและเสนอกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน และ 4) สร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงบันดาลใจที่จะใช้ศักยภาพการสร้างสรรค์ของพวกเขาผลิตสิ่งของ แสดง และมีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน ทั้งการทำงาน การกีฬา การเล่นเกมต่าง ๆ และสิ่งที่สำคัญ คือ คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องการวางแผนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ดังนั้นการสร้างเครือข่ายของคณะทำงานที่จะทำงานร่วมกันแบบบูรณาการที่ปราศจากความขัดแย้งจึงเป็นเรื่องที่จำเป็น

Techakana (2022) กล่าวว่า ความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐและคนในชุมชน คืออุปสรรคที่คณะทำงานจะต้องเอาชนะให้ได้ ทั้งนี้เพราะเจ้าหน้าที่ภาครัฐจะให้ความสำคัญกับการทำตามนโยบายที่วางไว้ ในขณะที่ผู้ประกอบการและคนในชุมชนต้องการความสำเร็จของธุรกิจ บางครั้งนโยบายของภาครัฐอาจจะเป็นอุปสรรคของการดำเนินการได้ นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยินดีจ่ายเงินเพิ่มในการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ แสดงว่านักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป หนึ่งในเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค์ คือ การได้ผลิตของที่ระลึกที่จะนำกลับบ้านด้วยตนเอง ดังนั้นการทำการกิจกรรมสร้างสรรค์จะต้องเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้สร้างผลที่นำกลับบ้านได้ นักท่องเที่ยวจะสนใจร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เขาเชื่อว่าพวกเขามีศักยภาพ นอกเหนือจากการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์กับคนในพื้นที่แล้วพวกเขายังสนใจวิถีชีวิตที่เป็นวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวิถีชีวิตในภูมิลำเนาของพวกเขา ดังนั้นการสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตประจำวันของคนในชุมชนจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นอกเหนือจากการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์แล้ว นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมีความต้องการที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตที่เป็นวัฒนธรรมที่แท้จริงของคนในชุมชนอีกด้วย พวกเขามองว่าวิถีชีวิตที่แท้จริงของชุมชนเป็นสิ่งแปลกแตกต่างไปจากวิถีชีวิตในภูมิลำเนาของพวกเขา การได้สัมผัสและมีประสบการณ์กับวิถีชีวิตที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติของชุมชนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเรียนรู้ของพวกเขา ดังนั้นผู้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องจัดการท่องเที่ยวที่ให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตที่แท้จริงของคนในชุมชนเป็นการเพิ่มเติมคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชนเพื่อทำการกิจกรรมสร้างสรรค์

ชุมชนที่มีกิจกรรมสร้างสรรค์ที่หลากหลาย จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมีส่วนร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชนได้ดีกว่าชุมชนที่มีกิจกรรมสร้างสรรค์เพียงเรื่องเดียว ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องการที่จะมีทางเลือกกว่าจะเข้าร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์ใดที่มีอยู่ในชุมชนที่พวกเขาไปเยือน นอกเหนือจากกิจกรรมการสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่ชุมชนนำเสนอให้แก่

นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้ว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่จะเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในขณะเดียวกันการพัฒนาคนในชุมชนให้มีจิตวิญญาณของการเป็นทูตของชุมชน เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นให้บริการที่ดี เป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องการความสะดวก ความสบายจากประสบการณ์ที่ได้มีเยือนชุมชนสร้างสรรค์ พวกเขาต้องการได้รับการบริการระดับโลก (World Class Services) ที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้ประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชนเป็นความทรงจำที่น่าประทับใจ

การสร้างสรรค คือ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนจะมีการปฏิสัมพันธ์กันเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม คนในชุมชนจะต้องเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของกิจกรรมดังกล่าว และจะต้องเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสด้วยอายตนะทั้ง 5 เนื้อเรื่องที่เล่าต้องแสดงให้เห็นความเป็นเอกลักษณ์ของกิจกรรม นอกจากการเล่าเรื่องแล้วบรรยากาศของสถานที่จัดกิจกรรมสร้างสรรค์จะต้องสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากมีส่วนร่วม สำหรับบรรยากาศของกิจกรรมการสร้างสรรคคือ ขนาดของพื้นที่ สีของพื้นที่ อุณหภูมิของพื้นที่ กลิ่นของพื้นที่ ดนตรีประกอบในการจัดกิจกรรม และอุปกรณ์ที่จะใช้ในการจัดกิจกรรม โดยผู้ที่ออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์จะต้องรู้่านักท่องเที่ยวกลุ่มใด คือกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จัดขึ้นในชุมชน

คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552, หน้า 53) ให้รายละเอียดคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่า การพัฒนาและการดำเนินการท่องเที่ยวที่จะเรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของบ้านมีการปฏิสัมพันธ์กัน
2. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
3. ทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจวัฒนธรรมของชุมชนอย่างลึกซึ้ง
4. นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านมีประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ด้วยกัน
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน มีการส่งผ่านและส่งต่อประสบการณ์ให้แก่กัน
6. นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์มากกว่าเป็นผู้ชม
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรคของตนจากการมีส่วนร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์กับคนในชุมชน
8. กระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตจะต้องเป็นวัฒนธรรมที่เป็นของจริง ไม่มีการดัดแปลง

9. นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนด้วยประสบการณ์จริง
10. ประสบการณ์ที่ได้เป็นประสบการณ์ที่ประทับใจจนจดจำ
11. เป็นการท่องเที่ยวจำเพาะกลุ่มที่มีความสนใจกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ

ดังนั้น โดยสรุป อาจจะกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวคิดใหม่ ผู้ให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ Richards and Raymond (2000) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นวิถีใหม่ที่เปลี่ยนจากการเที่ยวชมแบบไม่มีการกระทำกิจกรรมใด ๆ มาเป็นการท่องเที่ยวที่มีการทำกิจกรรมบางอย่าง Richards & Wilsons (2006) ให้แนวคิดเกี่ยวกับภูมิวัฒนธรรมใหม่ โดยกล่าวว่า งานเทศกาล การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ถิ่นฐานทางวัฒนธรรม การสืบสานประเพณีต้องมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ในแนวใหม่จากการเยี่ยมชมที่ไม่มีการกระทำใด ๆ มาเป็นการกระทำบางสิ่งบางอย่างที่เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน

คุณลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น UNESCO (2006) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเดินทางเพื่อไปมีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอันแท้จริงเพื่อเรียนรู้เรื่องศิลปะ การสืบสานวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เชื่อมโยงกับคนในชุมชน Smith (2009) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือได้ว่าเป็นแขนงหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน Óbidos, Emilia, Mizil, Enguera, & Viareggio (2011) กล่าวว่าประเด็นที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก็คือ การที่นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่แท้จริงร่วมกับคนในชุมชน

กำเนิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดจากแนวคิดที่ว่าทุกชุมชนต่างก็มีวิถีแห่งวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่อยากจะมีประสบการณ์กับวิถีวัฒนธรรมเหล่านั้นด้วยการมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมอะไรบางอย่างร่วมกับคนในชุมชน พวกเขาจึงพยายามที่จะไปท่องเที่ยวยังที่แห่งใหม่ เรียนรู้วัฒนธรรมที่ไม่คุ้นเคยด้วยประสบการณ์ของการกระทำที่มากกว่าการไปเยี่ยมชมหรือไปเรียนรู้โดยไม่ได้ทำกิจกรรมอะไรเลย และประสบการณ์ที่พวกเขาต้องการคือ “วัฒนธรรมที่แท้จริง” ไม่ใช่การปรุงแต่ง หรือการปรับเพื่อความสะดวกในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวในเชิงพาณิชย์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ (2555) ให้ข้อมูลว่าประเทศไทยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยแนวคิดในการสร้าง “คุณค่าเพิ่ม” ให้การท่องเที่ยวเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจของประเทศ ต้องยอมรับว่าในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ มีพลังดึงดูดนักท่องเที่ยวลดลง ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องแสวงหาการพัฒนาการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นคำตอบด้วยการกำหนดพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้โครงการ Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (DASTA) เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนต่าง ๆ ที่ได้รับการคัดสรรว่าเหมาะที่จะเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยให้ชุมชนมีอำนาจในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยปรัชญาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดำรงรักษาและสืบสานวัฒนธรรมที่แท้จริงของชุมชน ให้โอกาสคนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาวัฒนธรรมของการนำเสนอวัฒนธรรมชุมชนให้นักท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ด้วยแนวคิด “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน” เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนอย่างยั่งยืน

หลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน
2. เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน
3. ความเข้าใจจิตวิญญาณและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างลึกซึ้งคือหัวใจของการดำเนิน

กิจกรรมการท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ตรงในการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ๆ
6. มีการร่วมทำกิจกรรมแทนการเยี่ยมชมเฉย ๆ
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง มีส่วนร่วม

ในการตัดสินใจเลือกการทำกิจกรรมต่าง ๆ

8. ทั้งกระบวนการ ทั้งประสบการณ์ ทั้งผลผลิตจากการสร้างสรรค์ต้องมาจากวัฒนธรรมที่เป็นของจริงในชุมชน

9. สร้างความทรงจำจากหลักการที่ว่า “ได้ฟังเดี๋ยวก็ลืม ได้เห็นพอจำได้บ้าง ได้ทำก็จะเข้าใจ และจดจำความคิดอันเป็นที่มาของกิจกรรม”

10. เป็นกิจกรรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล

ดังนั้น โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ชุมชนจะต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมให้เต็มศักยภาพ เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นสำหรับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

ในขณะเดียวกัน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2561) กล่าวว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนใดชุมชนหนึ่ง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาจะต้องยึดหลักดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องได้รับการออกแบบบนพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
2. คนเล่าเรื่องและศิลปินผู้ชำนาญการสร้างสรรคในชุมชนจะต้องเล่าเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างสรรคที่น่าสนใจและสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค
3. กิจกรรมการสร้างสรรคต้องได้รับการออกแบบให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ที่สนุกในการเข้าร่วมกิจกรรมกับครูของชุมชนที่ก่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมชุมชนอย่างลึกซึ้ง
4. กิจกรรมการสร้างสรรคจะต้องก่อให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ด้านวัฒนธรรมสำหรับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน
5. กิจกรรมการสร้างสรรคจะต้องเข้าถึงทั้ง 5 आयตนะของการสัมผัสอย่างน่าประทับใจ
6. สถานที่ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรคต้องมีบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวอยากแสดงศักยภาพในการสร้างสรรค
7. กระบวนการของการจัดกิจกรรมการสร้างสรรคต้องดำเนินอย่างราบรื่นทุกขั้นตอน
8. กิจกรรมการสร้างสรรคต้องได้รับการออกแบบให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรคของตนเองที่อาจจะก่อให้เกิดนวัตกรรมบางอย่าง
9. คนออกแบบกิจกรรมจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้าให้กับกิจกรรมด้วยการรณรงค์ทางการตลาด
10. คนออกแบบกิจกรรมจะต้องสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์ของกิจกรรมที่จะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบัน เมื่อหลายพื้นที่มีการใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน การแข่งขันรุนแรงขึ้น การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมสร้างสรรคของชุมชนจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในการสื่อสารเรื่องราวของกิจกรรมสร้างสรรคในชุมชนให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค

การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมสร้างสรรค

เสรี วงษ์มณฑา (2565) กล่าวว่า การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค หมายถึง การสื่อสารเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักกิจกรรมการสร้างสรรค (Awareness) โดยการเล่าเนื้อหาที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ (Appeal) เกิดความต้องการที่จะได้ถาม (Ask) ขอความรู้เพิ่มเติม จนเกิดการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค (Act) และเกิดความประทับใจจึงแนะนำให้คนอื่นทำตาม (Advocate) การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรคเป็นที่รู้จักด้วยความชื่นชมจนเข้าร่วมกิจกรรม จะทำให้นักท่องเที่ยวจดจำประสบการณ์ที่ประทับใจได้ดี และพร้อมที่จะแนะนำให้คนอื่นทำตาม การสร้างตราสินค้าคือการสร้างภาพลักษณ์ให้กิจกรรมการสร้างสรรคด้วยการบ่งบอกอัตลักษณ์

ของกิจกรรมให้มีความเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ ด้วยการเล่าเรื่องเล่าความหมาย เล่าสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกิจกรรมให้น่าสนใจและเป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยว การสร้างตราสินค้าเป็นการสร้างความประทับใจด้วยเนื้อหาที่แสดงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกิจกรรมสร้างสรรค์ นอกเหนือจากการเล่าเรื่องแล้ว ประสบการณ์ตรงที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ดี การสร้างตราสินค้า เมื่อประสบความสำเร็จกิจกรรมสร้างสรรค์ภายใต้ตราสินค้านั้นจะมีคุณค่าอันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เรียกว่า Brand Equity ที่วัดได้จาก 4 ปัจจัยดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมองว่ากิจกรรมสร้างสรรค์นั้นมีความแตกต่างจากกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ อย่างชัดเจน
2. นักท่องเที่ยวยินดีเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าวโดยไม่เกี่ยงราคา แม้ว่าราคาจะสูงก็ตาม
3. นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าวนี้อีก เมื่อมีโอกาส
4. นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเต็มใจที่จะแนะนำให้คนอื่นมาร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าว

เมื่อกิจกรรมสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวที่เคยมาแล้ว มีความตั้งใจที่จะมาอีก ธุรกิจสร้างสรรค์ดังกล่าว ก็จะมีความยั่งยืน และเมื่อนักท่องเที่ยวยินดีแนะนำคนอื่นให้ทำตาม ธุรกิจสร้างสรรค์ดังกล่าว ก็มีโอกาที่จะเติบโตเนื่องจากกิจกรรมสร้างสรรค์มีแนวคิดที่จะมีราคาสูง ดังนั้นบรรยากาศของสถานที่ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์จะต้องดูดี มีรสนิยม มีระดับเป็นสถานประกอบการสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง

ในการสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค์ จะต้องมีการวางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเล่าเรื่องราวของกิจกรรมการสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก เกิดความพึงพอใจ และแรงบันดาลใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค์เพื่อพิสูจน์ศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนเอง ในการสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค์ของชุมชน จะต้องเริ่มต้นด้วยการบูรณาการไตรภาคีของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการร่วมกันสร้างกิจกรรมการสร้างสรรค์ให้มีความน่าสนใจ มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีความแตกต่างจากกิจกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค์ จะต้องใช้ทั้งการสื่อสารและการสร้างประสบการณ์ตรงที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจที่ทำให้อยากกลับมาเยือนอีก และพร้อมที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเยือนพื้นที่ดังกล่าว โดยเน้นให้เห็นคุณค่าอันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกิจกรรมการสร้างสรรค์ในพื้นที่ดังกล่าว

Richards (2011) ชี้ให้เห็นว่า สิ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนติดตลาดได้เร็ว นักท่องเที่ยวต้องมีความต้องการอยากมีส่วนร่วม และชุมชนจะต้องสร้างบรรยากาศที่เชิญชวน

ให้นักท่องเที่ยวอยากทดสอบศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนเอง ด้วยบทบาทของสมาชิกในชุมชน กระบวนการของการมีส่วนร่วม และผลผลิตของการสร้างสรรค์

สรุปแนวคิดและทฤษฎีสำหรับการสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมสร้างสรรค์ การสร้างตราสินค้าสำหรับกิจกรรมสร้างสรรค์ให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ทำได้โดยการค้นหาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนมาเป็นจุดแข็ง สร้างเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจให้กับกิจกรรม ออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม และเผยแพร่แบรนด์ผ่านช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สอดคล้องกับแบรนด์เพื่อสร้างรายได้ตลอดปี

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา (2564) ได้ให้ความหมาย การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว คือ กระบวนการพัฒนางานการสื่อสารการตลาดที่ต้องการใช้ การสื่อสารเพื่อจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างพฤติกรรมของ กลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้า (Brand contacts) เพื่อกลุ่มผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า

นิชาพิชญ์ กลิ่นชื่น (2560) กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวนั้นหนาแน่นมากขึ้น จากแนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ นำชุมชน จังหวัด และประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน โดยการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสร้าง ประสบการณ์ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่มีค่าควรแก่การจดจำให้กับนักท่องเที่ยว โดยบูรณาการด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการท่องเที่ยวในสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักพื้นที่ มีความรู้ที่ถูกต้อง มีความพึงพอใจจนเกิดแรงบันดาลใจที่ต้องการไปเยือนพื้นที่ดังกล่าว และยังมีกิจกรรมทางการตลาดด้านอื่น ๆ ได้แก่ การบริการด้านการนำเที่ยว การบริการด้านการเดินทาง การบริการด้านอาหารและการพักผ่อน

การบริการด้านการนำเที่ยว โดยมีการวางแผนด้านการตลาดและการสื่อสารการตลาด เพื่อนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ของพื้นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

การส่งเสริมด้วยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เสรี วงษ์มณฑา (2558) ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications-IMC) ว่าเป็นการสื่อสารที่ใช้การสื่อสารเพื่อการจูงใจหลากหลายรูปแบบ โดยการสื่อสารเพื่อการจูงใจหลากหลายรูปแบบนั้นจะต้องรวมพลังกันในการสร้างผลสัมฤทธิ์ในการสื่อสาร การรวมพลังกันนั้นเนื้อหาและลีลาในการนำเสนอจะต้องมีความสอดคล้องประสานกลมกลืนกัน การสื่อสารทั้งปวงจะต้องรวมพลังอยู่บนรากฐานของยุทธศาสตร์เดียวกัน เหมือนเครื่องดนตรีหลายชนิดที่บรรเลงด้วยทำนองเดียวกัน ระดับเสียงเดียวกันอย่างปราศจากความผิดเพี้ยน และการสื่อสารทั้งหลายนั้นจะต้องทำอย่างต่อเนื่องคงเส้นคงวาในทุกที่ทุกเวลา เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คุณลักษณะของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะต้องเป็นดังนี้

1. จะต้องใช้การสื่อสารเพื่อการจูงใจหลากหลายรูปแบบ (Variety of Persuasive Communication)
2. การสื่อสารเพื่อการจูงใจหลากหลายรูปแบบนั้นจะต้องรวมพลังกันในการสร้างผลสัมฤทธิ์ในการสื่อสาร (synergy)
3. การรวมพลังกันนั้นจะต้องมีความสอดคล้องประสานกลมกลืนกัน (Coherence)
4. การสื่อสารทั้งปวงจะต้องรวมพลังอยู่บนรากฐานของยุทธศาสตร์เดียวกัน เหมือนเครื่องดนตรีหลายชนิดที่บรรเลงด้วยทำนองเดียวกัน ระดับเสียงเดียวกันอย่างปราศจากความผิดเพี้ยน (Orchestration)
5. การสื่อสารทั้งหลายนั้นจะต้องทำอย่างต่อเนื่องคงเส้นคงวาในทุกที่ทุกเวลา (Consistency Over Places and Times)

Duncan (2005) นิยามว่า การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าสำหรับตราสินค้า (Brand Value) โดยต้องมีกระบวนการประสานทำงานร่วมกันของฝ่ายต่าง ๆ (Cross-Functional Process) เพื่อการสนับสนุนความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ที่มีส่วนได้เสียขององค์กร (Stakeholders) จากนั้นยามข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเป็นกระบวนการวางแผนใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบผสมผสาน

Kotler and Armstrong (2008) ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการวางแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อมกับผู้บริโภค เพื่อเข้าใจตราสินค้าหรือแบรนด์นั้น ๆ อีกทั้งเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค โดยวิธีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร อาทิ การโฆษณา การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์และแนะนำ

การสื่อสารแบบต่าง ๆ เหล่านี้มารวมกัน เพื่อให้การติดต่อสื่อสารมีความชัดเจนสอดคล้องกลมกลืน และมีผลกระทบมากที่สุด โดยผ่านข่าวสารต่าง ๆ

Peter & Olsen (2008) ให้ความหมายของการสื่อสารทางการตลาดไว้ว่า เป็นการนำเสนอข้อมูลให้นักการตลาดพัฒนาขึ้น เพื่อใช้ในการสื่อความหมายเกี่ยวกับสินค้าของเขารวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้านั้น

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า “การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ คือ การวางแผนสื่อสารทางการตลาดที่เพิ่มมูลค่าของแผนโดยรวมการประเมินกลยุทธ์ การสื่อสารต่าง ๆ ที่ละกลยุทธ์ เช่น การโฆษณาทั่วไป การตอบสนองโดยตรง การส่งเสริมการขาย มวลชนสัมพันธ์ แล้วรวมกลยุทธ์เหล่านี้เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน และเกิดผลอย่างสูงสุดเพื่อให้เกิดการผสมผสานกัน อย่างกลมกลืนของข้อความ การที่บริษัทที่จะก้าวไปสู่การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ จะต้องพิจารณาการรับรู้อย่างสูงสุดของผู้บริโภคทั้ง 360 องศา จากช่องทางที่แตกต่าง เพื่อให้การสื่อสาร ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในชีวิตประจำวัน คือ การนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลายรูปแบบมาใช้ในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (ในลักษณะสอดคล้องและส่งเสริมกัน ส่งผลให้เกิดความรับรู้และนำไปสู่พฤติกรรมของผู้บริโภค)

สิทธิ อีรสรณ์ (2551) ระบุว่า การสื่อสารการตลาด หมายถึง องค์ประกอบในส่วนประสมทางการตลาดของตราผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ที่ทำให้การแลกเปลี่ยนในการดำเนินธุรกิจเกิดขึ้นได้มากขึ้น โดยผู้ทำการสื่อสารทางการตลาดจะมุ่งทำการตลาดให้แก่ตราผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้า วางตำแหน่งตราสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่ง และบอกกล่าวให้ผู้รับสารเป้าหมายทราบความหมายของตราสินค้า

ชูชนะ เตชคณา (2565) ให้หลักการในการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารไว้ดังนี้

1. เป็นการสื่อสารที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับตราสินค้า
2. เป็นการสื่อสารที่ก่อให้เกิดเกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของตราสินค้ากับผู้บริโภค
3. เป็นการสื่อสารจงใจให้เกิดความต้องการซื้อสินค้า
4. สร้างประสบการณ์ที่ประทับใจในการปฏิสัมพันธ์
5. สร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้า
6. ให้ความบันเทิงในการติดตามข่าวสาร
7. ใช้ภาพในการนำเสนอให้เกิดความประทับใจ
8. มีประโยชน์ ในการได้ข้อมูล เพื่อการตัดสินใจและการดำเนินชีวิต

ชูชนะ เตชคณา (2565) เสนอแนะว่าการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคนี้จะต้องใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นผู้ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องเรียนรู้สภาวะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน

สภาวะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน

Pineiro-Otero & Martínez-Rolan (2012) กล่าวว่า สภาพการณ์ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน มีประเด็นที่เป็นปรากฏการณ์ของช่องทางการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่หลากหลายประเด็นดังนี้

1. เป็นช่องทางการสื่อสารที่พัฒนาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) และเทคโนโลยีโทรคมนาคม (Telecommunication Technology)
2. เป็นช่องทางการสื่อสารที่ผู้ส่งสารสามารถใส่สาระของการสื่อสารการตลาดเข้าไปใน Search Engines อย่างเช่น YouTube และ Google
3. เป็นช่องทางของการสื่อสารเรื่องราวของสินค้า องค์กร และผู้บริหารขององค์กรผ่าน Website ขององค์กรเอง (Sponsor Web)
4. เป็นช่องทางเผยแพร่การวิเคราะห์และวิพากษ์สินค้าและบริการโดยผู้นำทางความคิด คนดัง ตลอดจนผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าแล้วผ่าน Social Media
5. เป็นสื่อสำหรับการสื่อสารการตลาดในลักษณะสื่อพหุรูปแบบ (Multimedia) ที่สามารถบรรจุข้อความภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ได้ทุกอย่าง
6. เป็นสื่อสำหรับการเล่าเรื่องของตราสินค้า (Brand Stories) โดยละเอียดลึกซึ้ง โดยมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการเล่าผ่านสื่อสารมวลชน เปิดโอกาสให้ธุรกิจรายย่อยสามารถทำการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) ได้อย่างทัดเทียมกับธุรกิจรายใหญ่ เพราะงบประมาณในการซื้อสื่อจะไม่นับเป็นอุปสรรคอีกต่อไป
7. เป็นช่องทางการสื่อสารที่เติบโตแบบก้าวกระโดด เพราะพลวัตของวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงมาก มีการแข่งขันสูงระหว่าง Android กับ iOS
8. Social media ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Face book, Fan page, Instagram, Twitter, Blog, Chat room, Web board กำลังเติบโตแซงหน้า Web Site และ E-Mail จะเป็นรองแค่ YouTube และ Google ที่เป็น Search Engines หลักเท่านั้น
9. สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่เจ้าของสินค้าใช้สร้างโอกาสให้ผู้บริโภคเข้ามาทำกิจกรรมกับตราสินค้า (Brand Engagement) ในรูปแบบของการพูดคุย สอบถาม แสดงความคิดเห็น ถ่ายภาพ แบ่งปันข้อมูล เสนอแนะ ตามหลักการของการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ที่เน้นการเรียนรู้ตราสินค้าแบบให้ผู้บริโภคมีกิจกรรม (Active Learning) แทนการอ่าน การดู การฟัง เฉย ๆ โดยไม่มีบทบาทอะไรเลย (Passive Learning) เพราะตามหลักการของการเรียนรู้ การเรียนรู้แบบมีการทำกิจกรรมบางอย่าง จะเรียนรู้ได้เร็วกว่าการอ่าน การดู การฟัง จากสื่อสารมวลชน โดยไม่ได้ทำกิจกรรมอะไรเลย หน้าจอของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง Smart Phone, Tablet, Personal

Computer (PC) และ Notebook หรือ Laptop กลายเป็นประตูสู่การทำกิจกรรมร่วมกับตราสินค้า (Brand Engagement) ที่มีประสิทธิภาพเหนือสื่อสารมวลชน

10. ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล มีลักษณะการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ Multitask นั่นคือ ใช้หน้าจอ (Screen) มากกว่าหนึ่งจอ ในเวลาเดียวกัน ทั้งโทรศัพท์ Smart Phone และ Tablet ในเวลาเดียวกัน คือ ผู้โทรศัพท์ ใช้ Applications ต่างๆใน Smart Phone และ Tablet ไปพร้อม ๆ กัน ในขณะที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ก็มีความสามารถแบบ Multitasking เช่นกัน เพราะ Smart Phone จะทำหน้าที่ได้หลายอย่าง ทั้งเป็นโทรศัพท์ เป็นกล้องถ่ายรูป เป็นคอมพิวเตอร์ และเป็นอะไรได้อีกหลายอย่างสำหรับการติดต่อสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์ของคนในยุคดิจิทัล

11. Smart Phone และ Tablet เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคใช้ในการค้นหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการมากกว่าโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ ซึ่ง 2 อย่างหลังนี้ปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงขาลง โดยมีการใช้ Smart Phone และ Tablet เป็นช่องทางรับข่าวสารมากกว่า อย่างไรก็ตามคนในยุคนี้ถูกขนานนามว่าเป็นคนยุค 4 จอ (Four Screen Generation) คือ จะครอบครองอุปกรณ์ (Gadgets) ที่เป็นช่องทางการสื่อสาร 4 จอ คือ จอโทรศัพท์ จอคอมพิวเตอร์ จอโทรศัพท์ และจอ Tablet

12. สื่อ Social Media สามารถขยายไปในกลุ่มเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ที่ไม่อาจจะนึกภาพให้เห็นได้ (Invisible) เพราะแต่ละคนมีเครือข่ายที่กว้างขวาง และสมาชิกในเครือข่ายของแต่ละคนก็มีเครือข่ายของตนเอง ทำให้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายเป็นแสนเป็นล้านได้ในเวลาสั้นๆ และคนที่ได้รับข่าวสารและแบ่งปันข่าวสารในพื้นที่ของ Social Media มักจะเป็นกลุ่มเป้าหมายตัวจริงมากกว่าผู้อ่าน ผู้ดู ผู้ฟังของสื่อสารมวลชน (Mass Media Audiences)

13. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ถูกใช้เป็นพื้นที่สำหรับสื่อเรื่องราวที่มีความแปลกพิเศษ (Buzz) ให้มีการแบ่งปันกันไปอย่างรวดเร็วตามหลักการของการตลาดแบบใหม่ที่เรียกว่า Viral Marketing คือการเผยแพร่เรื่องราวที่แปลกพิเศษของตราสินค้าทั้งรูปลักษณ์ พฤติกรรม กิริยาท่าทาง ข้อความทั้งในรูปแบบถ้อยคำ วลี และประโยค ที่พูดถึงกันล้นสนั่นเมือง (Talk of the Town) บนพื้นที่ดิจิทัล

14. เนื้อหาของการสื่อสารที่นิยมใช้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์คือการสื่อสารการตลาดในรูปแบบละครสั้นเป็นตอน ๆ (Webisodes) ต่อเนื่องกัน หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าในรูปแบบข่าวแฝงการสื่อสารการตลาด (Infomercial)

จากปรากฏการณ์ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ชัดเจนว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เปิดโอกาสให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่เคยมีปัญหาด้านงบประมาณการซื้อพื้นที่และเวลาในสื่อสารมวลชนเพื่อการสื่อสารการตลาดทั้งนี้เพราะการใช้งบประมาณในการผลิตและการลงข้อความการสื่อสารการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นต่ำกว่าการซื้อพื้นที่และเวลาในสื่อสารมวลชน

เป็นอย่างมากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดที่เกิดขึ้นเพราะวิวัฒนาการและการดำรงอยู่ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีดังต่อไปนี้

Wongmonta (2015) ให้รายละเอียดว่ามีประเภทของสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดมากขึ้น กล่าวคือ จะมีสื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาด 4 ประเภท คือ

1. สื่อที่ต้องซื้อ (Paid Media) ส่วนใหญ่ก็คือสื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อนอกบ้าน (Out-of-home Media) และการซื้อโฆษณาใน Web ต่าง ๆ รวมทั้ง Social Media และ Search Engine อย่าง Google
2. สื่อที่ผลิตขึ้นมาเอง (Owned Media) ได้แก่ รายการโทรทัศน์ของเจ้าของสินค้า รายการวิทยุของเจ้าของสินค้า และสิ่งพิมพ์อื่นที่เจ้าของสินค้าผลิตขึ้นมา เช่น เอกสารแนะนำบริษัท (Company Profile) เอกสารแนะนำสินค้า (Brochure, Folder, Booklet) จดหมายข่าว (Newsletter) รายงานประจำปี (Annual Report) วารสาร (Journal) นิตยสารขององค์กรที่เรียกกันว่า Adazine (Advertising + Magazine) เป็นเอกสารที่เน้นการแนะนำ การเล่าเรื่องสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ของตราสินค้า รวมทั้งการสร้าง Web Site การสร้างสื่อ Social Media หลากหลายช่องทางทั้ง Fan page, Facebook, Instagram, Blog, และ Twitter รวมทั้งการบรรจุข้อความลงใน Google และ YouTube ตลอดจนการจัดส่ง E-Mail ให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
3. สื่อที่ได้ฟรี (Earned Media) คือการได้เป็นข่าวเผยแพร่ในสื่อมวลชน โดยที่เจ้าของสินค้าไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ทั้งนี้เพราะเรื่องราวของตราสินค้ามีลักษณะ แปลก (ไม่เหมือนใคร) ใหม่ (เป็นครั้งแรกในตลาดใหญ่ (เป็นเรื่องที่มีความสำคัญ) และ ดัง (มีคนดังเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย) ที่สำคัญ ก็คือ ข้อความของการสื่อสารการตลาดที่สื่อมวลชนนำเสนอในรูปแบบของข่าวและบทความ มีความน่าเชื่อถือสูงกว่าข้อความการสื่อสารการตลาดที่มาจากการวางแผนของเจ้าของตราสินค้า
4. สื่อที่มาจากการแบ่งปัน (Shared Media) เป็นสื่อที่ได้มาโดยไม่ต้องใช้งบประมาณ เช่นกัน โดยข้อความที่ปรากฏบนพื้นที่ของ Social Media นั้นอาจจะมาจากเจ้าของตราสินค้าหรือผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้า เมื่อข้อความนั้นน่าสนใจเป็นพิเศษ เรียกว่า Buzz ก็จะมีคนที่ได้พบเห็นแบ่งปันให้เพื่อนเสมือนที่อยู่ในเครือข่ายสังคมของเขาได้รับรู้ ถ้าหากมีการแบ่งปันกันจำนวนมาก แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ข้อความนั้นก็จะ เป็น Viral Messages ซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ของการตลาดยุคดิจิทัลที่เรียกว่า Viral Marketing และถ้ามีการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้บริโภคในเครือข่ายทางสังคม เจ้าของตราสินค้าจะต้องกำหนดให้มีพนักงานเข้าร่วมสนทนาด้วย เป็นไปตามอีกหลักการหนึ่งของการตลาดดิจิทัลที่เรียกว่า Engagement Marketing ที่ให้ความสำคัญกับการสนทนาปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคบนพื้นที่ของ Social Media ข้อความที่ผู้บริโภคแบ่งปันให้เพื่อนใน Social Media จะมีความน่าเชื่อถือสำหรับผู้บริโภค ทั้งนี้เพราะในสายตาของผู้บริโภค เพราะพวกเขามองว่าข้อความที่ปรากฏในพื้นที่ดังกล่าวเป็นข้อความแบบ “อาสาสมัคร (Volunteer Message)” ที่ผู้เขียน

ข้อความไม่ได้ประโยชน์อะไร แต่เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการแสดงความคิดเห็นและการเสนอแนะให้แก่ผู้อื่นในเครือข่ายสังคมด้วยความจริงใจ หากข้อความเหล่านี้มีลักษณะเป็นการสร้างเสริมตราสินค้า บางคนก็เรียกสื่อที่ผู้บริโภคช่วยกันแสดงความชื่นชมตราสินค้านี้ว่า Curate Media คือ สื่อที่มีข้อความสนับสนุนตราสินค้าที่มาจากคนอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของตราสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามาจากผู้นำทางความคิดหรือผู้มีอิทธิพลทางความคิดทั้งในสื่อสารมวลชนและสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะได้รับความน่าเชื่อถือสูงมาก

ดังนั้น จึงสรุปว่าจากสถานะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงต้องใช้การสื่อสารแบบดิจิทัลที่ทั้งมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งยังเป็นการประหยัดงบประมาณอีกด้วย

หลากหลายการตลาดภายใต้ Digital Marketing

Dodson (2016) กล่าวว่า คำว่า Digital Marketing ถือว่าเป็นคำกลางที่ใช้สำหรับการทำการตลาดที่อาศัย เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด โดยที่เทคโนโลยีดิจิทัลนั้น บางครั้งก็เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitator) บางครั้งก็เป็นสิ่งที่ทำให้การกระทำบางสิ่งบางอย่างเป็นไปได้ (Enabler) และภายใต้คำว่า Digital Marketing นี้เองหากจะมองเข้าไปข้างในขอบเขตของการทำธุรกิจดังกล่าว เราก็จะพบแนวทางของการตลาดอื่น ๆ อีกมากมายที่อาจจะเรียกได้ว่า เป็นการแจกลูกของ Digital Marketing ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การตลาดที่เป็นยุทธศาสตร์หลักในยุคสมัยที่ผู้บริโภคได้กลายเป็นพลเมืองของประเทศดิจิทัล (Natives of Digital Nation) ไปแล้ว เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดแบบ ดิจิทัลในยุคดังกล่าวนี้ นักการตลาดจะต้องลงรายละเอียดของการดำเนินงานด้านการตลาดของแต่ละยุทธศาสตร์การตลาด ที่เป็นการแจกลูกของ Digital Marketing

ชุมชน เตชคณา (2565) ให้รายละเอียดการตลาดดิจิทัลหลากหลายรูปแบบที่ก่อให้เกิดการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) คือการให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ทำอะไรบางอย่างบนพื้นที่ดิจิทัล ได้แก่การเขียนข้อความ การตอบข้อความ การกด Like การกด Share การตั้งกระทู้ และการตอบกระทู้

การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) คือการตลาดที่เน้นการเล่าเรื่องเกี่ยวกับพื้นที่ท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความชื่นชอบ เกิดแรงบันดาลใจที่ต้องการมาเยือน มาดู มาเรียนรู้ และมาทำกิจกรรมต่างๆในพื้นที่ท่องเที่ยว

การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Marketing) คือ การสื่อสารการตลาดบนพื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีหลากหลายได้แก่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบน Facebook, การสร้างกลุ่มบน Fan Page, การเล่าเรื่องบน Twitter, การแสดงรูปภาพบน Instagram และการขึ้นบน Blog

การตลาดเชิงสนทนาปฏิสัมพันธ์ (Engagement Marketing) คือ การสื่อสารด้วยการร่วมสนทนากับนักท่องเที่ยวบนพื้นที่ดิจิทัลที่มีหลากหลายช่องทาง เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

การตลาดเชิงกระจายข่าวสารอย่างรวดเร็ว (Viral marketing) คือ การสื่อสารด้วยการนำเสนอเรื่องราวที่ชวนให้นักท่องเที่ยวแบ่งปันที่เรียกว่า Buzz กระตุ้นให้มีการแบ่งปัน (Share) กันอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว

การตลาดเชิงชุมชน (Community Marketing) คือ การสร้างพื้นที่เป็นชุมชนเสมือนบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ให้นักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมเดียวกัน ชื่นชอบสิ่งเดียวกัน มีพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนข้อมูล ประสพการณ์ และความคิดเห็นกัน

เสรี วงษ์มณฑา (2558) กล่าวว่า นักการตลาดจะต้องเป็นคนที่มีหัวใจ Social นั่นคือ พวกเขาจะต้องเป็นคนที่ให้ความสำคัญกับ Social Media ในการส่งข่าวสารเกี่ยวกับตราสินค้าไปยังผู้บริโภค เขาต้องมีบัญชีของ Social Media หลายช่องทางเพื่อใช้เล่าเรื่องราวของตราสินค้าในการวางแผนการตลาด เขาจะต้องมีแผนรณรงค์การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของ Social Media แผนการสื่อสารของเขาจะต้องอยู่บนรากฐานของข้อมูลที่ได้มาจากการติดตามข้อมูลบนพื้นที่ Social Media และเขาจะต้องใช้พื้นที่ Social Media ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความภักดี

บทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการสื่อสารการตลาด

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางของการซื้อความทางการตลาดจากเจ้าของสินค้าไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ในการบูรณาการสื่อสารทางการตลาด สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทมากกว่าการเป็นช่องทางของการสื่อสาร บทบาทที่หลากหลายของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีดังนี้

1. Channel เป็นช่องทางการสื่อสาร
2. Communication สร้างโอกาสในการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทั้งจากเจ้าของสินค้าไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายถึงเจ้าของสินค้า และจากผู้บริโภคด้วยกันเอง
3. Collaboration เมื่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์สร้างโอกาสการสื่อสารหลายเส้นทาง จึงก่อให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างเจ้าของสินค้าและผู้บริโภคในการตอบสนองซึ่งกันและกัน
4. Co-Creation การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างเจ้าของสินค้าและผู้บริโภค ทำให้เกิดความคิดร่วม (Collective Wisdom) ในการพัฒนาสินค้าและบริการ
5. Consumption สื่ออิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นช่องทางการซื้อขายทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสซื้อสินค้าใช้โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางออกนอกบ้าน เพราะสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นพื้นที่สำหรับการค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า E-commerce

ชัชณะ เตชคณา (2565) แนะนำว่าในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้วางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามหลักการ ดังต่อไปนี้

1. ลดงบประมาณการสื่อสารการตลาด (Cost Reduction)
2. สร้างภาพลักษณ์ให้ตราสินค้า (Brand Image Building)
3. สร้างทัศนคติเชิงบวกให้ตราสินค้า (Positive Brand Attitude Building)
4. สร้างโอกาสให้ผู้บริโภคเข้ามาทำกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand Engagement)
5. เล่าเรื่องราวและตำนาน (Stories and Legends)
6. เล่ากิจกรรมเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand Events)
7. นำเสนอความแปลกพิเศษที่ต้องการให้มีการกระจายอย่างรวดเร็ว (Viral Buzz)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ททท. (2564) การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเมื่อเปิดประเทศหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 เบื้องต้นเป็นการดำเนินงานใช้องค์ประกอบเป็น 3D ประกอบด้วย

1. Domestic: ส่งเสริมและผลักดัน การท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อลดการพึ่งพาทลาดต่างประเทศ เน้นกลุ่มคุณภาพ ได้แก่ กลุ่ม millennial กลุ่มคนไทยเที่ยวนอก กลุ่มคนต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และกลุ่มประชุมสัมมนาภาครัฐ
2. Digital: สร้างระบบนิเวศของเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Ecosystem) สร้างความเชื่อมโยงให้เกิดขึ้นจริงและสามารถลดช่องว่างทักษะด้านดิจิทัล ขับเคลื่อนการดำเนินงาน บนฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และก้าวทันอนาคต และ
3. Dynamic: สร้างพลวัตใหม่ จากความสามารถในการปรับตัว มีความยืดหยุ่น การบูรณาการการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงาน สามารถลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนภายใต้หลักธรรมาภิบาล กำหนดแนวทางการดำเนินงานใน 3 แผน ได้แก่
 - 3.1 แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ
 - 3.2 แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ
 - 3.3 แผนบริหารจัดการองค์กร

ททท. วางแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้วยการ เชิญชวนให้ประชาชนในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง หรือแหล่งท่องเที่ยวรองในเมืองหลักให้มากขึ้น ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในวันธรรมดา ผ่านการให้บริการข้อมูลข่าวสารจาก ททท. โดยมีการนำเสนอประสบการณ์ของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นและจัด กิจกรรมพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ออกเดินทางท่องเที่ยว

ททท. มีการส่งเสริมให้มีการกระจายการเดินทางสู่พื้นที่รองตามอัตลักษณ์พื้นที่ มุ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ควบคู่บริหารจัดการกระแสการเดินทางของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย เพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองและแหล่งท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก

อีกหนึ่งแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศสัมผัสคุณค่าของการท่องเที่ยวในวันธรรมดา เน้นกลุ่มเป้าหมายที่สนใจ ประสบการณ์ และคุณค่าที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวที่มากกว่าราคา โดยนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยววันธรรมดาที่ชัดเจน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่อยู่ในเมืองไทยให้เที่ยววันธรรมดามากขึ้น

เครื่องมือการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างกระแสการเดินทางภายในประเทศ ด้วยการพัฒนาและสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางบ่อยครั้งขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถทำได้ด้วยการสร้างสรรค์ประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่เน้นให้เกิดการใช้จ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ด้วยการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรมท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า สะท้อนภูมิปัญญาไทยและวิถีไทย ด้วยการใช้ประโยชน์จากสินค้าที่ได้รับ Thailand Tourism Awards รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์กระทำโดยการเพิ่มขีดความสามารถให้ชุมชน ท้องถิ่นสามารถพัฒนาและเสนอขายสินค้าที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นไทยที่เป็นอัตลักษณ์อันเป็น เอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนให้เกิดนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว จะต้องใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ให้แก่พื้นที่ท่องเที่ยว และสินค้าต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยให้ตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีและเป็นมากกว่าที่คิด ด้วยแนวคิด “เที่ยวเมืองไทย Amazing ยิ่งกว่าเดิม” พร้อมทั้งพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันด้านการตลาด และจัดการประกวดรางวัล Thailand Tourism Awards เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าการท่องเที่ยวไทยที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวได้ จัดทำแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขึ้นเป็นกรอบในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ผลักดันและนำประเทศไทยสู่ ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสร้างความ

แข็งแกร่งให้เศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเต็มศักยภาพ และให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวสร้างการเติบโตอย่างมีคุณภาพในระยะยาว ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ด้วยการบูรณาการอย่างมีคุณภาพระหว่างด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนา สินค้าและบริการและด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งมีภารกิจหลักในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงได้จัดทำโครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนต่างๆทั่วประเทศ ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง ทั้งในเมืองและชนบทบนรากฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว-Global Sustainable Tourism Criteria for Destination, GSTC-D (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2564 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนอื่นของการพัฒนาประเทศ ได้แก่ 1) แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 2) แผนการปฏิรูปประเทศ 3) แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561-2580 4) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2565 5) นโยบายรัฐบาล ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจ ตามแนวคิด Thailand 4.0 6) แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2560-2564 7) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 8) แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2560-2564 9) แผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2560-2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2564-2465) มีการวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนปัจจัยท้าทาย ประกอบกับนโยบายผู้ว่าการ ททท. ที่ส่งเสริมให้ ททท. เป็นผู้นำในการสร้างอนาคตการท่องเที่ยวไทยบนพื้นฐานของความปลอดภัยและความยั่งยืน (SAFE and SUSTAIN Future) เพื่อความมุ่งมั่น เพิ่มขีดความสามารถในการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security) และการสร้างความมั่นใจในระบบสาธารณสุขที่เข้มแข็งทั้งด้านสุขภาพและสุขอนามัย (Health and Hygiene) รวมทั้งสามารถรับมือกับสถานการณ์โรคระบาดได้ดี

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องรักษาสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมด้วยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และเพิ่มการให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างยั่งยืนต่อเนื่อง ยาวนาน สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมุ่งให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2564 เป็นไปอย่างรอบคอบและเหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา โดยได้กำหนดช่วงเวลาและจุดเน้นการส่งเสริม

การท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะ Recovery ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพิ่มความถี่ในการเดินทาง สร้างรายได้จากการเพิ่มการใช้จ่าย และเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่มีคุณภาพและศักยภาพในการใช้จ่าย

ททท. วางแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้วยการเชิญชวนให้ประชาชนในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง หรือแหล่งท่องเที่ยวรองในเมืองหลักให้มากขึ้น ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในวันธรรมดา ผ่านการให้บริการข้อมูลข่าวสารจาก ททท. โดยมีการนำเสนอประสบการณ์ของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นและจัดกิจกรรมพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ออกเดินทางท่องเที่ยว

ททท. มีการส่งเสริมให้มีการกระจายการเดินทางสู่พื้นที่รองตามอัตลักษณ์พื้นที่ มุ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ควบคู่บริหารจัดการกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย เพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองและแหล่งท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก

อีกหนึ่งแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญคือการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศสัมผัสคุณค่าของการท่องเที่ยวในวันธรรมดา เน้นกลุ่มเป้าหมายที่สนใจประสบการณ์ และคุณค่าที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวที่มากกว่าราคา โดยนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยววันธรรมดาที่ชัดเจน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่อยู่ในเมืองไทยให้เที่ยววันธรรมดามากขึ้นเครื่องมือการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญคือการสื่อสารการตลาด เพื่อสร้างกระแสการเดินทางภายในประเทศ ด้วยการพัฒนาและสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางบ่อยครั้งขึ้น

ชุมชนศึกษาจังหวัดศรีสะเกษ

จังหวัดศรีสะเกษตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย หรือเรียกว่าเป็นจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเด่นในด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่น่าสนใจ เพราะเป็นเมืองที่มีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่ยุคอาณาจักรขอมเจริญรุ่งเรือง ดังนั้นวัฒนธรรมของศรีสะเกษจึงมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมผสมไทย-เขมร ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ที่สืบสานกันมาได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมขอมโบราณ ทั้งวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมของโบราณสถานในรูปแบบของปราสาทหิน คือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของศรีสะเกษ

ลักษณะพื้นที่

1. ขนาดพื้นที่: จังหวัดศรีสะเกษมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 8,839.796 ตารางกิโลเมตร หรือ 5,524,939 ไร่

2. ภูมิประเทศ: ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูงสลับกับทุ่งนา มีภูเขาและป่าไม้อยู่ทางตอนใต้ โดยพื้นที่ลาดลงทางทิศเหนือและตะวันตก ภูมิประเทศที่โดดเด่นคือมีดินภูเขาไฟที่ใช้เป็นพื้นที่ปลูกทุเรียน ทำให้ได้ผลผลิตเป็นทุเรียนภูเขาไฟที่โด่งดังเป็นที่นิยมของผู้คนจำนวนมาก และสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงกว่าทุเรียนพันธุ์อื่นๆที่ปลูกในพื้นที่อื่น

3. อาณาเขต:

3.1 ทิศเหนือ: ติดต่อกับจังหวัดร้อยเอ็ด ยโสธร และอำนาจเจริญ

3.2 ทิศตะวันออก: ติดต่อกับจังหวัดอุบลราชธานี

3.3 ทิศใต้: ติดต่อกับประเทศกัมพูชา

3.4 ทิศตะวันตก: ติดต่อกับจังหวัดสุรินทร์

4. จำนวนประชากร: จังหวัดศรีสะเกษมีประชากรทั้งหมด 1,473,011 คน แบ่งเป็นชาย 734,622 คน และหญิง 738,389 คน ประชากรของศรีสะเกษมีหลายชาติพันธุ์ เป็นโอกาสที่ศรีสะเกษจะนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่างๆที่อาศัยอยู่ในศรีสะเกษ แต่ละชาติพันธุ์มีกิจกรรมการสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้

อาชีพหลักและสินค้าเศรษฐกิจ

1. อาชีพหลัก: การเกษตรเป็นอาชีพหลักของประชากร โดยเฉพาะการปลูกข้าว (ข้าวหอมมะลิและข้าวเหนียว) ซึ่งมีพื้นที่ปลูกข้าวมากถึง 3,034,991 ไร่

2. สินค้าเศรษฐกิจสำคัญ:

2.1 หอมแดง: ศรีสะเกษเป็นแหล่งปลูกหอมแดงที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ นอกจากจะมีการจำหน่ายหอมแดงในรูปแบบวัตถุดิบแล้ว ศรีสะเกษยังมีการนำเอาหอมแดงเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารได้อย่างหลากหลาย ทำให้ศรีสะเกษสามารถสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกหัดทำอาหารพื้นเมืองที่ใช้หอมแดงเป็นวัตถุดิบ

2.2 ผลไม้: เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด และลองกอง ซึ่งปลูกมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในบรรดาผลไม้ที่ปลูกในจังหวัดศรีสะเกษ ทุเรียนภูเขาไฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ เพราะมีชื่อเสียงเป็นที่นิยม และขายได้ราคาแพง ด้วยภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่เป็นที่นิยม

2.3 พืชเศรษฐกิจอื่น ๆ : ยางพารา มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

แหล่งท่องเที่ยว

1. ปราสาทหิน: ศรีสะเกษมีปราสาทหินที่สะท้อนอิทธิพลของสถาปัตยกรรมของอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ปราสาทสระกำแพงใหญ่ และปราสาทบ้านปราสาท หลายปราสาทกลายเป็นพื้นที่อุทยานสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของศรีสะเกษที่มีความรุ่งเรืองมาหลายร้อยปี ตั้งแต่ยุคอาณาจักรขอมรุ่งเรือง

2. ธรรมชาติ: อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความงามธรรมชาติที่มีทั้งความสวยงาม และการสร้างสำนึกของการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อความยั่งยืน ทำให้ศรีสะเกษสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกระแสโลกในปัจจุบัน

3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: วัฒนธรรมของศรีสะเกษเป็นวัฒนธรรมผสมไทย-เขมร ที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ ที่มีทั้งประเพณี งานเทศกาล วิถีชีวิต ที่น่าสนใจ สามารถใช้เป็นฐานในการจัดทำกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ได้จัดทำ และได้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น งานเทศกาลดอกคำวนาน ซึ่งจัดขึ้นทุกปีเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้านและการท่องเที่ยว

4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: ศรีสะเกษมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ เพราะมีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่โบราณ สะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การดำรงชีพและการเกษตร แหล่งประวัติศาสตร์ และโบราณสถานต่างๆเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญในการจัดเส้นทางเดินทางตามรอบประวัติศาสตร์วัฒนธรรมผสมไทย-เขมร ที่มีทั้งสิ่งที่น่าดึงดูด สิ่งที่น่าเรียนรู้ และกิจกรรมการสร้างสรรค์ที่สืบสานกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

วัฒนธรรม

ชาวศรีสะเกษมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ เช่น ชาวเขมร ลาว กูย และเยอ ทำให้ศรีสะเกษ มีวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจหลากหลายมิติ ทั้งวิถีชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพ ประเพณี เทศกาล การแสดงทางวัฒนธรรม การหัตถกรรม เช่น การแสดงกันตรึม และภาษาถิ่นยังคงได้รับการอนุรักษ์อย่างดี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มาลินี ศรีไมตรี (2559) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาศักยภาพ ตลอดจนรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย ได้แก่ แบบสังเกต แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์แบบโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่มีศักยภาพ และมีความเหมาะสมที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้จำนวนทั้งสิ้น 13 กลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวิธีการในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีวิธีการที่หลากหลาย มีรูปแบบการท่องเที่ยว 3 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยว งานเทศกาล การท่องเที่ยวเชิงศิลปหัตถกรรม และการท่องเที่ยวชมกิจกรรมทางวัฒนธรรม

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (2556) ศึกษาทุนทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

ทุนทางสังคมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของชาวไทยพวน อ.ปากพลี และ เพื่อนำเสนอกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ การสำรวจภาคสนามและ การสนทนากลุ่ม การวิจัยพบว่าชาวไทยพวน อ.ปากพลี มีทุนทางสังคมที่เด่นชัด คือ ทุนทางภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรม ประกอบกับความเป็นมิตรไมตรีช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันส่งผลให้ชาวไทยพวน อ.ปากพลี มีทุนมนุษย์ที่เข้มแข็งข้อเสนอแนะ คือ ให้ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แบบพักค้างโดยใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างผสานการเรียนรู้ความสำคัญ ทุนทางสังคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ชาวไทยพวน อ.ปากพลี การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อเป็นอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตอันดีงาม อีกทั้ง ยังเป็นกระบวนการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วม ของคนในชุมชน เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านและผู้มาเยือนอันนำมาซึ่งการเติบโตอย่างยั่งยืน

จริยาภรณ์ รุ่งโรจน์นกุล และนันทสรี สุขโต (2558) ศึกษาเรื่อง การเตรียมความพร้อมของสถานประกอบการในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของสถานประกอบการในเกาะเกร็ด การเตรียมความพร้อมของสถานประกอบการ ในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการศึกษาพบว่าสถานประกอบการในเกาะเกร็ดส่วนใหญ่มีการเตรียมความพร้อมในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งด้านการจัดการท่องเที่ยวด้านการตลาด ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ และด้านการจัดหาเงินทุน

นาตยา เกตุสมบูรณ์ และวันทนา เนาว์วัน (2562) ศึกษาเรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาบริบทศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว ให้ยั่งยืนของหมู่บ้านหนองสรวง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชนและ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน พบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ คือ รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำ และเกษตรกรรม ดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีกิจกรรมฐานการเรียนรู้ ศูนย์การเรียนรู้ที่น่าสนใจ แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน มี 3 ด้าน 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว และ 3) ด้านการพัฒนาตลาด

ดุสิตพร ฮกทา และคณะ. (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง และนำเสนอแนวทางใน

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง 22 คน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือ ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดตรัง มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากมีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มีระบบคมนาคมขนส่งที่ครอบคลุมทุกด้านมีกิจกรรมการท่องเที่ยว หลากหลาย ทั้งทางบกและทางทะเล มีสินค้าของที่ระลึก ประจำจังหวัดที่สร้างชื่อเสียงระดับประเทศ ตลอดจน ประชาชนจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของบ้านที่ดีและมีอัธยาศัยไมตรีจิต ส่วนด้านที่จำเป็นต้องพัฒนา ได้แก่ เส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการท่องเที่ยวสู่สากล พื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 3) การพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่สากล และพัฒนาบุคลากรและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยว

พิระศักดิ์ วรฉัตร (2561) การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งในการบริหารวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง และแบบทักการสังเกต ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปฏิบัติงานและมีความเกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพในวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาพบว่าลักษณะการบริหารงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและนโยบายของรัฐบาลอำนวยความสะดวกด้านเงินทุนและช่องทางการจำหน่าย วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ที่ผสมผสานกับการพาพึ่งตนเองตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง และเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมพัฒนาและต่อยอดภูมิปัญญา มีกระบวนการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เสริมสร้างภาวะผู้นำในการประกอบการและสร้างผู้นำรุ่นใหม่ สืบทอดต่อการดำเนินธุรกิจ มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม ยึดธรรมาภิบาล

Pereira et al. (2020) ศึกษาเรื่อง Developing Poor Communities Through Creative Tourism ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกคนในชุมชนยากจน 4 ชุมชนใน 2 ประเทศ คือ บราซิลและเปรู เพื่อระบุกลุ่มของปัจจัยและความสัมพันธ์ระหว่างกันของปัจจัยที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนยากจน โดยใช้แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลลัพธ์ชี้ไปทางการตอบสนองเชิงบวก และมีข้อกำหนดหลายประการที่ส่งผลต่อความสำเร็จนี้ ได้แก่ 1) การพัฒนาท้องถิ่นขึ้นอยู่กับความร่วมมือของหน่วยงานภายนอกที่ต้องมีฉันทามติในการจัดสรรทุน การพัฒนาทักษะ และการจัดการทรัพยากร

- 2) ต้องมีการพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความคิดริเริ่มในการลงทุนเพิ่มเติม โดยในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว
- 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องได้ประโยชน์ความเป็นที่นิยมของภูมิภาคและ/หรือผลิตภัณฑ์ ประเพณี และวัฒนธรรมของภูมิภาค และกิจกรรมของ ผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น

Richards (2019) ศึกษาเรื่อง Creative Tourism: Opportunities for Smaller Places? มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์บทบาทที่เป็นไปได้ของสถานที่เล็ก ๆ ในการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ สถานที่ขนาดเล็กไม่ควรพยายามเลียนแบบแบบจำลองการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ของเมืองใหญ่ ด้วยวิธีนี้พวกเขาสามารถ หลีกเลียง “กับดักความคิดสร้างสรรค์” ของการปฏิบัติตามแบบจำลองความคิดสร้างสรรค์ทั่วไปและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับขนาดและความสามารถของพวกเขามากขึ้น การดึงดูดผู้เข้าชมที่มีแรงจูงใจสูงจำนวนเล็กน้อย อาจจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางบวกกับเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่มีนัยสำคัญมากกว่าการพยายามดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

Nonthawan Sangeem and Adarsh Boara (2019) ศึกษาเรื่อง Community Participatory Approaches for Creative Tourism Development: Selected Cases in Thailand พบว่า โดยการศึกษาครั้งนี้ ได้นำกรอบการคิด “การวางแผนและ การปฏิบัติแบบมีส่วนร่วมด้วยความชื่นชม” (Appreciative Participatory Planning and Action) มาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถี ชุมชน จากผลของการศึกษา นักวิจัยได้พัฒนากระบวนการ 8 Ds ตามกรอบแนวคิดสุนทรียะสาธก (Appreciative Inquiry) ได้แก่ กระบวนการหาแนวคิด (Define) กระบวนการค้นหาสิ่งที่ (Discovery) กระบวนการกำหนดเป้าหมาย (Dream) กระบวนการกำหนดทิศทาง (Direction) กระบวนการออกแบบวางแผน (Design) กระบวนการปฏิบัติตามแผน (Delivery) กระบวนการเคลื่อนไหวให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Dance) และกระบวนการเสวนา (Dialogue) อันเป็นแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีส่วนร่วมที่สมาชิกในชุมชนมีอำนาจในการควบคุมตลอดกระบวนการ และการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชน

ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ, เสรี วงษ์มณฑา, ชุชนะ เตชคณา และณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 22 คน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าอยุธยา มีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกด้านการคมนาคม 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสาธารณูปโภค 6) ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน สามารถนำศักยภาพดังกล่าวนี้ มากำหนดแผนพัฒนาการ

ท่องเที่ยวในส่วนที่รับผิดชอบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการบูรณาการทุกภาคส่วนให้เกิดความยั่งยืน

จิราณีย์ พันมูล และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง โครงการการศึกษาศักยภาพชุมชนเพื่อ สนับสนุน การเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเกาะเกร็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อม ของชุมชนเกาะเกร็ดเพื่อสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน 2 เพื่อศึกษาความ ต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนเกาะเกร็ด และเพื่อหาแนวทางและ สังเคราะห์แนวทางในการพัฒนาศักยภาพชุมชนเกาะเกร็ดเพื่อสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิตชุมชน ผลการวิจัยพบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีแนวนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการระดมความคิด เพื่อการวางแผนและการดำเนินงาน ควรมีการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน และมีการประชาสัมพันธ์ด้านนโยบายให้สมาชิกในชุมชนและหน่วยงานอื่นทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบ ควรมีการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำ การเกษตร ในทางปฏิบัติจะต้องสร้างความตระหนักให้ชาวบ้านและเยาวชนในชุมชนเกิด ความรักและ ห่วงแหนชุมชน ด้วยการสร้างจิตสำนึกให้ตระหนักเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่คงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน อนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้คงอยู่กับชุมชน และสร้างจุดขาย ให้เกิดเป็นมูลค่าให้กับชุมชน จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน พัฒนาทักษะในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านภาษา ให้กับกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ชิดชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล (2562) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต ด้วยการ สัมภาษณ์เชิงลึก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ จำนวน 15 คน เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ของภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า 1) แรงจูงใจเฉพาะที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย แรงจูงใจเพื่อการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ การสัมผัสกับ วัฒนธรรมท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมที่มี เอกลักษณ์โดดเด่น 2) กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ จะต้องมีความแปลกใหม่ มีคุณค่า และสร้างเสริมประสบการณ์ เป็นกิจกรรมที่พบได้ในพื้นที่เฉพาะ เท่านั้น และเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง 3) ปัญหา ที่สำคัญ คือ ภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดเจนในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดภูเก็ต

สมหทัย จารุมลิตนท (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมา ท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นัตยา เกตุสมบุญ และวันทนา เนาว์วัน (2019) ศึกษาเรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาบริบทศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวให้ยั่งยืนของหมู่บ้านหนองสรวง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน พบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว มีอัตลักษณ์เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ คือ รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำ และเกษตรกรรม ดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีกิจกรรมฐานการเรียนรู้ ศูนย์การเรียนรู้ที่น่าสนใจ แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน มี 3 ด้าน 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ต้องสร้างจิตสำนึกให้สมาชิกในชุมชนอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบชนบท และสามารถถ่ายทอดให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบ เช่น การบรรยาย การถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อโซเชียล ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรมให้มีลักษณะเด่น ปรับปรุงความสะอาด และภูมิทัศน์ให้ สวยงาม 2) ด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว ต้องจัดการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น และเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ ควรนำสินค้าเป็นเอกลักษณ์ชุมชนมาจัดจำหน่าย 3) ด้านการพัฒนาตลาด ท่องเที่ยวต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายและจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกัน พร้อมทั้งต้องปรับปรุงข้อมูล ข่าวสารในสื่อโซเชียลให้ทันสมัยหลายช่องทาง

ธนิศา แสงวิเชียร และคณะ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านไทยทรงดำ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างบ้านของชาวไทยทรงดำ 2) เพื่อสำรวจความพร้อมของคนในชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชาวไทยทรงดำในอำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ให้เป็นเครื่องมืออนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับชาวไทยทรงดำ ควรจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์วิถีชีวิต ประกอบด้วย 1) กิจกรรมค่ายการเรียนรู้และอนุรักษ์บ้านไทยทรงดำ 2) การเรียนรู้พิธีกรรมเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของชาติพันธุ์ไทยทรงดำ 3) หัตถกรรมของที่ระลึกที่แสดง อัตลักษณ์ไทยทรงดำ และ 4) เรียนรู้การทำอาหารที่เป็นวัฒนธรรมอาหารไทยทรงดำ

สุพัตรา จิงตระกูล และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนมั่งเมือง ขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการพัฒนาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม โดยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้กำหนดนโยบาย 2) หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง 3) ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว และ 4) ผู้นำชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาโฮงมูนมั่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม ต้องเริ่มจากให้เยาวชนคนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าของมรดกบนต้นทุนทางวัฒนธรรม วิถีอีสาน ประเพณีอันดีงาม และให้เยาวชนหันมาอนุรักษ์วัฒนธรรม สืบสานวิถีความเป็นอีสาน ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ควรค่าแก่การสืบทอดไม่ให้สูญหายจากถิ่นฐาน

กันตภณ แก้วสง่า และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม และ 2) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมของนักท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ออกแบบและพัฒนาเฟซบุ๊กของแฟนเพจ 3 เพจ ได้แก่ แฟนเพจ DASTA Thailand แฟนเพจ Tourism Council of Thailand และแฟนเพจการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT Thailand จำนวน 6 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ทั้ง 3 แฟนเพจนำเสนอเนื้อหาที่ทันสมัย มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ได้รับความนิยม เป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี มองว่าเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นประโยชน์ และมีความพึงพอใจแฟนเพจที่เข้าไปใช้เพราะมีความน่าสนใจน่าเชื่อถือ

ณัฐธิดา จูมปา และทวีโชค เดชะธรรมวงศ์ (2564) ทำวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ของตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานทุนชุมชนชาติพันธุ์ และหาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเอกชน จำนวน 40 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบบสอบถาม การสนทนากลุ่มย่อย และการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการบริการ โครงสร้างพื้นฐาน และการบริการทางการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน คือ 1) การจัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว 2) พัฒนาศักยภาพ บุคลากรการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและ 3) จัดตั้งศูนย์ประสานงานเพื่อขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

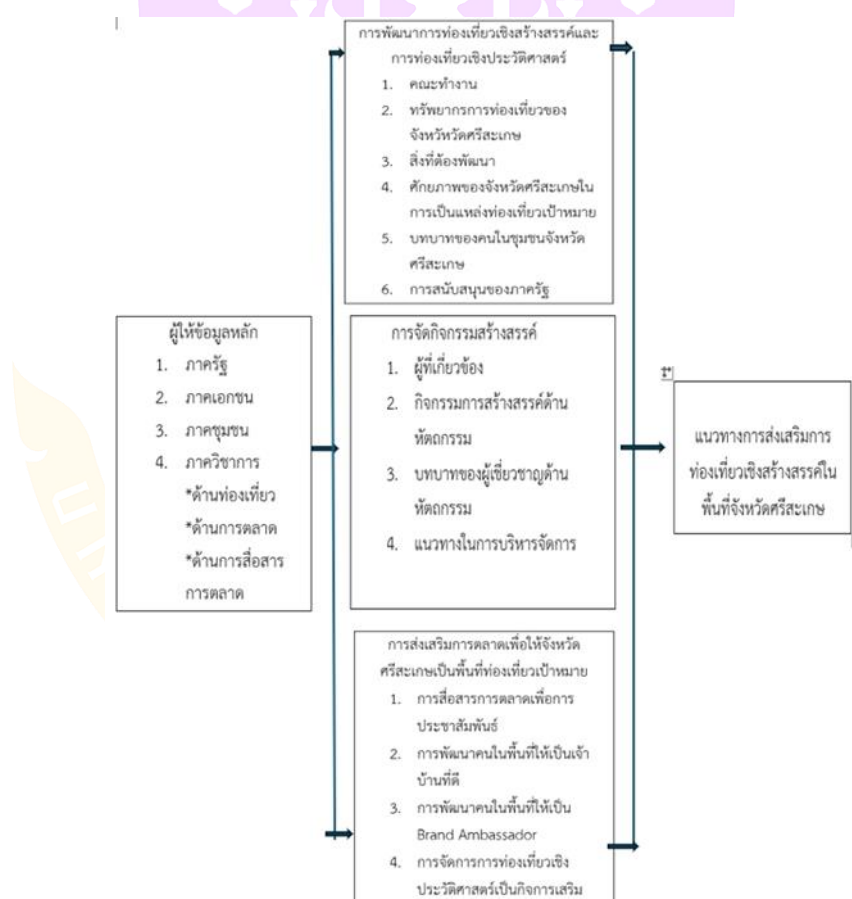
Jusana Techakana (2022) ศึกษาวิจัยเรื่อง A Structural Equation Model for Developing and Promoting Creative Tourism in Thailand เพื่อพัฒนาสมการรูปแบบโครงสร้างสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์ในประเทศไทย วิธีการวิจัยคือการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้กับนักท่องเที่ยว 500 คน พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวจากการมาดูและเรียนรู้เป็นการมาทำการท่องเที่ยว“อุตสาหกรรมประสบการณ์ แทนที่จะเป็นอุตสาหกรรมบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ เรียนรู้การสร้างสรรค์ จากผู้เชี่ยวชาญสูงวัย อยากทำกิจกรรมหลายอย่างในเมืองที่มีบริการที่ดี และเมื่อสร้างสรรค์ ต้องมีการท่องเที่ยวประเภทอื่นเป็นปัจจัยเสริมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเข้าได้ต้องมีการรู้จักใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคม

Suddan Wisudthiluck, Teera Sindcharak, Col. Nalikatibhag Sangnit and Pornpol Noithammaraj (2557) ทำการศึกษาเรื่อง Creative Tourism in Thailand: Problems and Obstacles Case Studies of Ceramic and Cotton Quilt Making ใช้แนวคิดของ Greg Richard และ Crispin Raymond's เพื่อให้เข้าใจปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยเป็นการวิจัยแบบสำรวจ เพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคด้วยศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้แบบสอบถาม 300 ชุดกับนักท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในอำเภอสำโรง จังหวัดสุโขทัย และอำเภอเชิงคาย จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีเวลาน้อยเกินไปที่จะเรียนรู้เรื่องที่ต้องสร้างสรรค์ในขณะเดียวกันเจ้าของพื้นที่ก็ไม่มีความสามารถด้านการจัดการและการสื่อสารที่ดีเพียงพอ

Walanchalee Wattanacharoensila and Markus Schuckertb (2557) ทำการศึกษาเรื่อง Reviewing Thailand's master plans and policies: implications for creative tourism โดยใช้ประเทศไทยเป็นกรณีศึกษา วัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยคือการตรวจสอบแผนและนโยบายของประเทศไทยสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสองระดับ ระดับชาติและระดับกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ยังระบุว่าแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติสามารถจัดทำพิมพ์เขียวสำหรับแผนแม่บทของหน่วยงานแต่ละแห่งได้ให้การสนับสนุนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ในการท่องเที่ยว ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นแบบอย่างในการที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีส่วนทำให้เกิดการเคลื่อนไหวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศโดยเฉพาะในการสร้างแคมเปญสร้างแบรนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านเนื้อหาการวิเคราะห์ใช้เพื่อถ่วงถ่วงแผนและนโยบายจากเนื้อหาที่เลือกจากเจ้าหน้าที่รัฐบาล ผลลัพธ์แสดงให้เห็นมุมมองที่ดีขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่อยู่ในบริบทของประเทศไทย และมีส่วนร่วมในการศึกษาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อเศรษฐกิจในภาคการท่องเที่ยวตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดศรีสะเกษเพื่อแสวงหาแนวทางในการพัฒนาและการส่งเสริม เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้กำหนดแนวทางในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐ ประกอบด้วยข้าราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ 3 คน
2. ภาคเอกชน ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 3 คน
3. ภาคชุมชน ประกอบด้วยผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้าน 3 คน
4. ภาควิชาการ ประกอบด้วย
 - 4.1 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 3 คน
 - 4.2 นักวิชาการด้านการตลาด 3 คน
 - 4.3 นักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาด 3 คน

เครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คำถามแบบโครงสร้าง (Semi-Structured Questions) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยคำถามต่อไปนี้

1. จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นท้องถิ่นท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านอาหารได้ หรือไม่เพียงใด
2. แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้จังหวัดศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นเช่นไร และภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน กรมชุมชน ภาควิชาการควรร่วมมือกันวางแผนแบบบูรณาการอย่างไร

3. จุดแข็งและจุดอ่อนของจังหวัดศรีสะเกษในการจะเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นเช่นไร
4. โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดศรีสะเกษในการจะเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นเช่นไร
5. แนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อให้จังหวัดศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นเช่นไร
6. ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษที่ควรนำมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษมีอะไรบ้าง
7. ศรีสะเกษมีทรัพยากรการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่สามารถนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆเพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์การมาเยือนจังหวัดศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยว
8. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษควรเป็นเช่นไร
9. ควรมีโครงการอะไรบ้างสำหรับการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ
10. มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามที่กล่าวมาบ้าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจะมีการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดจัดเป็นหมวดหมู่ตามคำถามที่กำหนดไว้ข้างต้น เพื่อนำมากำหนด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของจังหวัดศรีสะเกษในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ และจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษตามหลักการของ TOWS Matrix กล่าวคือ 1) SO (Strength and Opportunities) ยุทธศาสตร์เชิงรุกด้วยการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในบริบทของโอกาส 2) ST (Strengths and Threat) การป้องกันด้วยการใช้จุดแข็งไม่ให้เกิดการดำเนินงานต้องเผชิญกับอุปสรรค 3) WO (Weaknesses and Opportunities) ยุทธศาสตร์การแก้ไขจุดอ่อนเพื่อให้สามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของอุปสรรค และ 4) WT (Weaknesses and Threats) ยุทธศาสตร์เชิงรับด้วยการเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับอุปสรรคในขณะที่ยังมีจุดอ่อน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ ผลของการวิจัยที่ตอบคำถามทั้ง 10 ข้อสำหรับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษมีดังต่อไปนี้

ศักยภาพของจังหวัดศรีสะเกษในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพที่จะกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมาก เนื่องจากมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เช่น โบราณสถาน ประเพณี และกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนได้ ทางจังหวัดมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อยกระดับให้เป็นศูนย์กลางความหลากหลายของการท่องเที่ยวในอีสานใต้ และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น จังหวัดศรีสะเกษมีกิจกรรมที่ทำทลายความสามารถด้านการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย

ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งกล่าวว่า “จังหวัดศรีสะเกษมีเอกลักษณ์โดดเด่นด้วยประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ปราสาทโดนตวล และเทศกาลลำดวนบาน ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี เรากำลังพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ และเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น”

หลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษมองว่าจังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมาก เพราะมีกิจกรรมการสร้างสรรค์ที่หลากหลายในการทำทลายความสามารถด้านการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมด้านการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและการสร้างกิจกรรมที่สะท้อนความเป็นตัวตนของวัฒนธรรมต่าง ๆ ของจังหวัด และศักยภาพมีความเข้มแข็งเพาขึ้น ด้วยการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเพิ่มความหลากหลายและความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งกล่าวว่า “จังหวัดศรีสะเกษมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์และส่งเสริมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เรากำลังพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น”

จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพสูงที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะเป็นแหล่งผลิตหอมแดง สามารถใช้การลงพื้นที่ปลูกและจัดเก็บหอมแดงเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้ นอกจากนั้น ศรีสะเกษยังมีเทศกาลพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ ที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานเทศกาลดังกล่าว หอการค้าจังหวัดกำลังผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นให้สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว การร่วมมือการพัฒนาองค์ประกอบต่างๆของการท่องเที่ยวจะเพิ่มศักยภาพให้ศรีสะเกษเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายได้หลากหลายประเภท สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ศรีสะเกษมีปราชญ์ชาวบ้านมากมายที่จะเป็นผู้สอนให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ และได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่เป็นของจริงของจังหวัดศรีสะเกษ

ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพที่เข้มแข็งมากในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ เช่น ปราสาทหิน วัฒนธรรมพื้นบ้าน และอาหารท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างมุ่งเน้นการนำเสนอประสบการณ์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมของศรีสะเกษ เช่น การจัดกิจกรรมประชุมปฏิบัติการ (Workshop) ทำอาหารพื้นเมือง หรือการพานักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมหมู่บ้านชุมชน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมตามวิถีชีวิตของคนในชุมชน เราเชื่อว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าพักและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจในพื้นที่”

ศรีสะเกษมีจุดเด่นด้านอาหารพื้นเมืองที่สามารถเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวสามารถหัดทำอาหารจากหอมแดง จากกระเทียม และเมนูพื้นบ้านอย่าง “แกงเห็ดเผาะ” หรือ “ลาบปลา” ร้านอาหารต่าง ๆ มุ่งเน้นการนำเสนอเมนูที่สะท้อนความเป็นอีสานได้ พร้อมกับจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้เรียนรู้วิธีทำอาหารแบบดั้งเดิมเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการทดสอบความสามารถในการทำอาหาร และสนใจที่จะเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของศรีสะเกษ ปัจจุบันต่าง ๆ เหล่านี้เป็นโอกาสในการสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ และเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ.

จังหวัดศรีสะเกษมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมากมาย เช่น งานหัตถกรรมผ้าไหม ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ผู้ประกอบการสินค้าของที่ระลึกของศรีสะเกษมุ่งเน้นการออกแบบสินค้าให้มีความทันสมัยแต่ยังคงเอกลักษณ์วัฒนธรรมของพื้นที่ตามแนวทางการพัฒนาสินค้า CPOT (Cultural Product of Thailand) ของกระทรวงวัฒนธรรม เช่น การผลิตกระเป๋าผ้าไหมลายขอม หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหอมแดง เพื่อให้

นักท่องเที่ยวสามารถนำกลับไปใช้หรือเป็นของฝากได้ เป็นไปแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวผลิตสินค้าของที่ระลึกด้วยตนเองและวนกลับบ้าน (Make your own company and take home) ด้วยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพที่จะเติบโตเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จังหวัดศรีสะเกษเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมต่างๆ ในเทศกาลลำดวนบาน และกิจกรรมตามวิถีชีวิตชุมชน บริษัทนำเที่ยวหลายบริษัทกำลังพัฒนาโปรแกรมนำเที่ยวที่เน้นประสบการณ์เฉพาะตัวด้านการสร้างสรรค์ เช่น การพานักท่องเที่ยวไปเรียนรู้วิถีปลูกหอมแดงหรือร่วมงานประเพณีในหมู่บ้าน กิจกรรมสร้างสรรค์เหล่านี้เป็นโอกาสในการขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมที่แสดงความเป็นไทยแท้ (Authentic Thai Culture) และเป็นการสัมผัสที่ไม่ใช่เพียงการ “ดูหรือเรียนรู้” แต่เป็นการได้ “ทำอะไรบางอย่าง” ที่ท้าทายศักยภาพในการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว และการมีโอกาสดำเนินกิจกรรมร่วมกับคนในพื้นที่ตามแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ขณะนี้ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษต่างก็ให้ความสำคัญในการพัฒนาสินค้าและบริการของศรีสะเกษให้มีคุณภาพ ตอบรับความต้องการ ความคาดหวัง และรสนิยมของนักท่องเที่ยว

จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพที่โดดเด่นในการพัฒนาเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะศักยภาพด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ศรีสะเกษมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ เช่น เขมร ส่วย ลาว และเยอ ซึ่งยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้ได้อย่างมั่นคง พวกเขามีการดำรงชีวิตที่สามารถสร้างเป็นกิจกรรมการสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้ทดสอบศักยภาพด้านสร้างสรรค์ของตนเอง ทั้งด้านการเกษตร การทำอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม และการผลิตผลงานด้านหัตถกรรม ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “ศรีสะเกษมีประเพณีและภูมิปัญญาที่สามารถนำมาปรับใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเทศกาลพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และอาหารพื้นถิ่น”

สิ่งที่จะเสริมสร้างศักยภาพให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ คือ การทำการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าให้นักท่องเที่ยวมองเห็นความเป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมการสร้างสรรค์ และสินค้าของที่ระลึกต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และเกิดความต้องการที่จะฝึกหัดผลิตสินค้าดังกล่าวเป็นของที่ระลึกกลับบ้าน เป็นการทำการตลาดและการสื่อสารการตลาดเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวให้ศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความคิดเห็นว่า “การพัฒนาตราสินค้าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ เช่น “อารยธรรมอีสานใต้” จะช่วยเพิ่มการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ” อีกท่านหนึ่งกล่าวว่า “การสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท้องถิ่นที่เป็นองค์ประกอบของวิถีชีวิตของ

กลุ่มชาติพันธุ์ จะกระตุ้นทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเรียนรู้การทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านั้น ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้ศรีสะเกษกลายเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยว”

การเสริมสร้างศักยภาพให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวในยุคนี้ สามารถทำได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องใช้งบประมาณมากเหมือนในอดีต ทั้งนี้เพราะการสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษสามารถทำได้โดยใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัลที่ใช้งบประมาณไม่มากเท่ากับการใช้สื่อสารมวลชนที่ทำกันมาในอดีต ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งบอกว่า “การส่งเสริมผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มการจอง จะช่วยกระจายข้อมูลและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น”

ในเวลานี้ หลายจังหวัด รวมทั้งศรีสะเกษกำลังดำเนินการตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เมืองรอง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ด้วยการนำองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น งานหัตถกรรม อาหารพื้นบ้าน หรือทำเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ตามกระบวนการขับเคลื่อนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่น่าสนใจทำทาศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว จะช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนและลดความเหลื่อมล้ำได้ตามแนวนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองของรัฐบาล ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งชี้ให้เห็นว่า “การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ เช่น การแสดงศิลปะพื้นบ้าน หรือการเรียนรู้วิธีทำอาหารพื้นเมือง จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสำคัญ”

อย่างไรก็ตาม ในการเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวให้แก่ศรีสะเกษ ภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจ มีความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งให้คำแนะนำว่า “ควรปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ สิ่งอำนวยความสะดวก และมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ”

โดยสรุป ศรีสะเกษมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีงานเทศกาล มีการแสดงทางวัฒนธรรม มีการทำอาหารพื้นเมือง มีกิจกรรมด้านหัตถกรรม มีวิถีชีวิตชุมชนที่สามารถเป็นพื้นฐานในการสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ด้านต่าง ๆ ที่จะใช้เป็นจุดขายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ และจะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ครบครัน โดยที่คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์และปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมเรียนรู้กิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ ที่มีการจัดขึ้น

ศรีสะเกษ มีทรัพยากรที่พร้อมสำหรับการพัฒนาเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หากได้รับการสนับสนุนอย่างเหมาะสมจากทุกภาคส่วน ก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจชุมชนและส่งเสริมภาพลักษณ์ของจังหวัดในระดับประเทศและระดับสากลได้อย่างแน่นอน ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ จะต้องเป็นการทำงานแบบบูรณาการด้วยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชนภาคชุมชน และภาควิชาการ เพื่อช่วยให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกิดผลอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษที่มีเป้าหมายสู่ความยั่งยืนตามหลัก SDG (Sustainable Development Goal)

แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ จะต้องมีความทำงานที่ทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน และนักวิชาการผู้ทำหน้าที่ให้คำแนะนำ โดยที่ฝ่ายต่างๆจะต้องทำหน้าที่ของตนเองเพื่อรวมพลังกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ อย่างมีเอกภาพ ไร้ความขัดแย้ง โดยมีผู้นำทำหน้าที่ประสานงานให้ภาคส่วนต่างๆร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีเอกภาพ

ให้ข้อมูลให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของภาคส่วนต่างๆที่จะร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐจะต้องทำหน้าที่วางนโยบายและการกำกับดูแล ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ภาครัฐจะต้องรับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ระดับชาติและระดับจังหวัด ต้องมีนโยบายและงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงและพัฒนาระบบคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยว และต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม เช่น Internet WiFi และสัญญาณโทรศัพท์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว” นอกจากนั้นแล้ว ภาครัฐจะต้องให้การสนับสนุนด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารทั้ง Offline และ Online เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในฐานะเป็นเมืองน่าเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อโซเชียลเพื่อแนะนำศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยวรู้จักและชื่นชม ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “สิ่งที่ภาครัฐจะต้องทำอย่างต่อเนื่องคือการจัดมหกรรมงานแสดงการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ศรีสะเกษได้เข้าร่วมเพื่อแนะนำการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ”

2. ภาคเอกชน จะต้องมีการลงทุนและพัฒนาสินค้าและบริการในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การทำกิจกรรมสร้างสรรค์ และกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า “ในการพัฒนาธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ จะต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้ศรีสะเกษด้วยการทำการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์

พัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมของศรีสะเกษ พัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานสากลเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้า จ้างบุคคลในพื้นที่เป็นพนักงาน และพัฒนาธุรกิจให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน” ผู้ประกอบการจะต้องมีความเต็มใจในการลงทุนทำธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ศรีสะเกษมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพรองรับนักท่องเที่ยว

3. ภาคชุมชน ต้องมีส่วนร่วมในการวางแผน ในการดำเนินการ ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ในการเป็นทูตวัฒนธรรม ในการเป็นมัคคุเทศก์ และในการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์เรื่องราวของศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และชื่นชม ต้องมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “คนในศรีสะเกษจะต้องช่วยกันดำรงรักษาและพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยความภาคภูมิใจ รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมในการจัดงานเทศกาลและกิจกรรมทางวัฒนธรรม รวมทั้งกิจกรรมสร้างสรรค์โดยทำหน้าที่เป็นผู้สอน ผู้ให้คำแนะนำที่มีประสิทธิภาพ ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว” นอกจากนั้นแล้ว ภาคเอกชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ในฐานะทูตวัฒนธรรมของศรีสะเกษ ร่วมมือกันในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและอาหารพื้นถิ่นที่ผลิตโดยบุคลากรในพื้นที่

3. ภาควิชาการ สามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษได้ด้วยการทำวิจัยและใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “นักวิชาการต้องช่วยให้คำแนะนำและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการท่องเที่ยว ให้คำปรึกษาในการวางแผน การดำเนินการ และการประเมินผล จัดอบรมและพัฒนาทักษะของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานการบริการ” บทบาทที่สำคัญของคนในชุมชนคือการประเมินผลกระทบและความยั่งยืน ทำการประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้แน่ใจว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปตามหลักการของการพัฒนาที่มีเป้าหมายสู่ความยั่งยืน (SDG)

จากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลข้างต้น ทำให้เห็นได้ว่าการทำงานร่วมกันของทั้ง 4 ภาคส่วนนี้จะช่วยให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยมีการแบ่งปันความรู้ ทรัพยากร และความเชี่ยวชาญเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีที่สุดสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษ ทุกภาคส่วนต่างก็มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ทุกภาคส่วนต้องการทำงานร่วมกันแบบรวมพลัง (Synergistic) ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลต่างก็ให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่องความยั่งยืนตามแนวทางของการพัฒนาที่มีเป้าหมายมุ่งสู่ความยั่งยืน (Sustainable Development

Goals-SDG) ตามที่มีการกำหนดไว้ใน Agenda 2030 ของสหประชาชาติ โดยจะต้องให้ความสำคัญกับการดำรงความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ คำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษบนฐานปรัชญาความยั่งยืน สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ

ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นได้เมื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคือการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การดำรงความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีโอกาสได้จัดกิจกรรมที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการเอง เช่น การสอนทำอาหารพื้นเมือง การสอนทำของที่ระลึก หรือการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ที่จะทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น”

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะดำรงความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ จะต้องมีการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่คนในชุมชน ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “จะต้องมีโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการในท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ เช่น การผลิตสินค้าจากหอมแดง หรือการให้บริการทัวร์ที่เน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แท้จริงของศรีสะเกษ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวดำเนินการโดยคนในชุมชน พนักงานลูกจ้างของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นบุคคลในพื้นที่ โดยจะต้องมีการพัฒนาความรู้และทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากลให้แก่คนในชุมชนที่ทำงานในธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวศรีสะเกษ

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเสริมสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจให้ชุมชน จะต้องมีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า “ควรมีการจัดมหกรรมที่นำเสนอสินค้า OTOP และสินค้า CPOT ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมของศรีสะเกษ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชนที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า OTOP และ CPOT ของศรีสะเกษ” ที่สำคัญคือการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษต้องมีเป้าหมายในการแก้ปัญหาความยากจนของคนในพื้นที่ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในศรีสะเกษ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะต้องมั่นใจว่ารายได้ที่เป็นผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวจะต้องมีการกระจายให้แก่คนในพื้นที่อย่างยุติธรรมและทัดเทียม ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “อย่าให้คนในศรีสะเกษรู้สึกว่ารวยได้จากการท่องเที่ยวเป็นของนายทุน โดยเฉพาะนายทุนคนนอกที่ได้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวของศรีสะเกษมากกว่าคนศรีสะเกษที่แท้จริง”

2. ความยั่งยืนทางสังคม

ความยั่งยืนทางด้านสังคมคือการมุ่งเน้นเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่า “ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะต้องมีการส่งเสริมการอนุรักษ์ประเพณี

และวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัด เช่น ชุมชนชาวลาว ชาวเขมร ชาวเยอ และชาวกูย โดยการสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมและพิธีกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ โดยจะต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของศรีสะเกษที่ถูกต้อง และรณรงค์เรื่องการช่วยกันดำรงรักษา สืบสาน วัฒนธรรมของศรีสะเกษด้วยความภาคภูมิใจ”

นอกจากการอนุรักษ์วัฒนธรรมของศรีสะเกษให้ยั่งยืนแล้ว ความยั่งยืนด้านสังคม ยังหมายถึง การดำรงรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคม ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “คนในชุมชน จะต้องสร้างความเข้าใจและความสามัคคี ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ จะต้องมีการจัด กิจกรรมที่ส่งเสริมความเข้าใจและความสามัคคีระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว เช่น การจัดเวิร์กช็อป การทำอาหารพื้นเมืองหรือการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น” สิ่งที่สำคัญคือต้องอย่าให้เกิดอาชญากรรม ที่เกิดจากการมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนศรีสะเกษเพิ่มขึ้น และในขณะนี้ที่เป็นยุคหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 จะต้องมีการระมัดระวังอย่าให้เกิดปัญหาโรคติดต่อในศรีสะเกษที่มีสาเหตุมาจากการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “มาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ยังคงต้อง ระวังต่อไป ประมาทไม่ได้”

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะต้องใช้กิจกรรมทางวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ ศรีสะเกษจะต้องให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ ประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ผู้ประกอบการ จะต้องทำธุรกิจด้านวัฒนธรรมด้วยการพัฒนาสินค้าและบริการที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและประเพณี ของท้องถิ่น เช่น การผลิตของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศรีสะเกษ และถ้าเป็นการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ก็ต้องจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้จัดทำด้วย” การพัฒนาสินค้าและ บริการบนฐานวัฒนธรรม จะเป็นการช่วยดำรงรักษาและสืบสานวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของ ศรีสะเกษให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

3. ความยั่งยืนด้านคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ จะต้องมีการส่งเสริมการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ถ้ามีการจัดนำเที่ยวการเดินไป ควรจะมี การจัดกิจกรรมรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม และควรจะมีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายธรรมชาติ” จะต้องมีการรณรงค์สร้างความตระหนักเกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรธรรมชาติให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนและส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการจัดประชุมชุมชนเพื่อหารือเกี่ยวกับ แผนการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

การดำเนินการดังที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษมีความยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งหมดนี้จะต้องมีแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษต้องให้ความสำคัญกับปรัชญาความยั่งยืนที่สหประชาชาติได้กำหนดให้เป็นวาระสำคัญของโลกตามแนวทางของ Agenda 2030

นอกจากการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ จะต้องอยู่บนฐานปรัชญาความยั่งยืนแล้ว ผู้ให้ข้อมูลยังให้คำแนะนำว่า การดำเนินการจะสำเร็จได้จะต้องยึดหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริมตั้งแต่การวางแผนไปจนถึงการประเมินและวัดผล ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษให้เป็นการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะต้องทำให้คนในศรีสะเกษมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Community Ownership) โดย “ชุมชนต้องมีสิทธิ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากร และการแบ่งปันผลประโยชน์ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชนที่มาจากตัวแทนทุกกลุ่มในพื้นที่” การบริหารจัดการทุกขั้นตอนจะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม เริ่มตั้งแต่การสำรวจศักยภาพ การออกแบบกิจกรรม ไปจนถึงการติดตามผล โดยใช้กลไกในการสร้างโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “ควรมีการจัดเวทีสาธารณะ หรือการทำแผนที่เดินดินเพื่อระบุจุดเด่นทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ”

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวในศรีสะเกษจะต้องให้ความสำคัญกับการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยมีการสร้างระบบการแบ่งปันรายได้เพื่อการพัฒนาศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “การกำหนดสัดส่วนรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวเข้าสู่กองทุนชุมชน” และเพื่อให้คนในชุมชนสนับสนุนการพัฒนาศรีสะเกษให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนศรีสะเกษมากขึ้น จะต้องมีการส่งเสริมการจ้างงานท้องถิ่นในทุกๆ ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการพัฒนาความรู้ ทักษะที่ทำให้พวกเขามีความพร้อมที่จะเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ”

3. ในขณะที่คนในศรีสะเกษควรเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พวกเขาก็มีหน้าที่ในการจะทำให้การท่องเที่ยวของศรีสะเกษประสบความสำเร็จ ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “คนศรีสะเกษเองจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้รักษามรดกทางวัฒนธรรม นักวิชาการในพื้นที่จะต้องจัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ภาษาล้าน อาหารพื้นบ้าน ประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ ที่ถูกต้องและเป็นของจริงไว้นำเสนอให้นักท่องเที่ยว” ในขณะเดียวกัน ผู้นำชุมชนจะต้องเข้าร่วมการประชุมวางแผน เพื่อจะได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว

ของท้องถิ่น และการกำหนดกิจกรรมต่างๆที่จะเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ผู้นำชุมชนต้องร่วมตัดสินใจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในศรีสะเกษ และการออกแบบกิจกรรมต่างๆที่จะใช้เป็นจุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนศรีสะเกษ”

การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนที่ยั่งยืนนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับการสืบสานประเพณี วิถีชีวิต และงานเทศกาลต่างๆจากฐานสู่รุ่น เพราะดำรงรักษามิติต่างๆของวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “จะต้องมีการอบรมและการณรงค์ที่ส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้ระหว่างรุ่น เช่น งานหัตถกรรมผ้าไหมเขมร การทำกลบเกลื้อ เพื่อให้ทุกคนในชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้ดำรงรักษาวัฒนธรรมไว้อย่างยั่งยืน” นอกจากนี้ในพื้นที่ที่จะมีส่วนร่วมในการสืบสานวัฒนธรรมให้ยั่งยืนแล้ว ในการบริหารการท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่ให้เกิดทำลายวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องกำหนดกฎเกณฑ์การใช้ทรัพยากรร่วม เช่น ระบบโควตาจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ความพอดี ไม่มากเกินไปจนทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว” และเพื่อรักษาภาพลักษณ์และชื่อเสียงของศรีสะเกษ การนำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมศรีสะเกษจะต้องเป็นของจริง (Authentic Culture) ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการพัฒนาแนวทางป้องกันการนำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมที่เน้นโอกาสทางธุรกิจมากเกินไปจนพодиเกิน (Over-Commercialization) เพราะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันต้องการสัมผัสวัฒนธรรมชุมชนที่เป็นของจริง ไม่ใช่ที่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อความสะดวกในการนำเสนอทางการค้า (Staged Culture)”

การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนคือการให้คนในชุมชนเป็นผู้ประกอบการในการทำธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในศรีสะเกษ ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการจัดตั้งเครือข่ายธุรกิจชุมชน เช่น โฮมสเตย์ กลุ่มนำเที่ยว กลุ่มผลิตของที่ระลึก พัฒนามาตรฐานการบริการโดยอิงตามวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การต้อนรับแบบแขกมา-ปลาแห้งรสดี”

การจะให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ จะต้องสร้างสมรรถนะให้แก่คนในชุมชนเพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องมีการเสริมสร้างสมรรถนะ (Capacity Building) ของคนในชุมชน โดยจัดฝึกอบรมให้ความรู้และเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีการสร้างตัวแบบของผู้ประสบความสำเร็จ (Role Model) ในชุมชนเป็นต้นแบบของการพัฒนา” หลังจากการพัฒนาแล้ว คนในชุมชนก็จะมีสมรรถนะในการมีส่วนร่วม การวางแผน การบริหารจัดการ การเฝ้าระวัง และการประเมินผลการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนของสมาชิกในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษควรมีการถามความคิดเห็นของคนในพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการใช้ระบบ

ประชาพิจารณ์ สำหรับโครงการขนาดใหญ่ จัดตั้งกองทุนหมุนเวียนชุมชนเพื่อสนับสนุนกิจการท่องเที่ยวขนาดเล็ก” ในการดำเนินงานในด้านนี้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการของพื้นที่ ดังนั้นผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของ ศรีสะเกษจะต้องมีการสร้างเครือข่ายกับนักวิชาการ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องมีการเชื่อมโยงเครือข่ายสร้างพันธมิตรกับสถาบันการศึกษาเพื่อวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมการท่องเที่ยว” มีเรื่องราวมากมายที่นักวิชาการสามารถแนะนำให้ผู้ที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะนำมาใช้ประโยชน์ได้ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีโครงการท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชาติพันธุ์เชื่อมโยงหมู่บ้านเขมร-ส่วย-เยอ ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พร้อมระบบแบ่งรายได้ตามสัดส่วนการมีส่วนร่วม พัฒนาตลาดหมุนเวียนที่รวมการแสดงศิลปะ การสาธิต ภูมิปัญญา และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้วยการมีส่วนร่วมของปราชญ์พื้นบ้านและเยาวชน”

การดำเนินการทั้งหมดนี้ จะต้องมีการพัฒนาดัชนีชี้วัดความสำเร็จแบบมีส่วนร่วม จัดทำ รายงานความยั่งยืนชุมชนประจำปีที่จะสะท้อนมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผู้ให้ข้อมูลต่อกย้ำว่า “การพัฒนาตามแนวทางนี้จะช่วยให้ศรีสะเกษสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้ประโยชน์ นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ และทรัพยากรคงอยู่อย่างยั่งยืน” การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน จะส่งผลต่อการอนุรักษ์ประเพณีของชุมชนในศรีสะเกษ ทำให้คนในชุมชนสนับสนุนแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ที่ส่งผลต่อการสร้างงานและรายได้สำหรับคนในชุมชนในศรีสะเกษจะทำให้คนในพื้นที่พร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

โดยสรุป แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องเป็นการพัฒนาและส่งเสริมแบบบูรณาการที่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการจะต้องรวมพลังในการทำงานร่วมกันอย่างมีเอกภาพ โดยที่ภาครัฐมีหน้าที่ด้านนโยบาย งบประมาณ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการตลาดเพื่อการส่งเสริม ภาคเอกชน มีหน้าที่ในการลงทุน พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากล ทำการตลาดเพื่อการสร้างตราสินค้าให้ศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ภาคชุมชนต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การร่วมตัดสินใจ การดำเนินการไปจนถึงการตรวจสอบและประเมินผล มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทูตวัฒนธรรม ภาควิชาการจะต้องมีส่วนร่วมในการทำวิจัย และให้คำแนะนำในการใช้เทคโนโลยีพัฒนา นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวให้ศรีสะเกษ จัดการฝึกอบรมคนในพื้นที่ให้เป็นบุคลากรที่ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล เสนอแนะการสร้างเครือข่ายกับพันธมิตรยุทธศาสตร์เพื่อความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

การพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะประสบความสำเร็จได้จะต้องเป็นการพัฒนาบนฐานปรัชญาความยั่งยืนที่สหประชาชาติกำหนดไว้เป็นวาระแห่งโลกตาม Agenda 2030 โดยจะต้องให้ความสำคัญในการดำรงรักษาความยั่งยืนทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นธรรม ด้านสังคมและวัฒนธรรม ที่จะต้องเน้นความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมให้ปราศจากอาชญากรรมและโรคระบาด มีการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในศรีสะเกษ และด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยการท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายคุณภาพสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ โดยที่ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

นอกจากนั้นแล้ว การพัฒนาการท่องเที่ยวจะสำเร็จได้ จะต้องเป็นการพัฒนาด้วยหลักการของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน โดยให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่น การเป็นผู้ประกอบการ การเป็นผู้ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การเป็นทูตวัฒนธรรม การร่วมมืออนุรักษ์วัฒนธรรม การเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของศรีสะเกษ และการเป็นผู้ฝึกสอนนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ในฐานะปราชญ์ชุมชนที่จะปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และเป็นผู้นำในการอนุรักษ์และสืบสานกิจกรรมด้านการสร้างสรรค์ของชุมชน และท้ายที่สุดจะต้องเป็นผู้เฝ้าระวัง ตรวจสอบ และวัดผลการดำเนินการท่องเที่ยวว่า มีผลกระทบกับพื้นที่อย่างไร ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

จุดแข็งและจุดอ่อนของศรีสะเกษในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาควิชาการ ผู้วิจัยสามารถรวบรวมจุดแข็งและจุดอ่อนในการพัฒนาศรีสะเกษให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. ศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมหลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนศรีสะเกษเพื่อร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์ยังได้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าเพิ่มเติม ด้วยการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ศรีสะเกษมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเช่น ผามออีแดง น้ำตก สวนทุเรียนภูเขาไฟ และแหล่งประวัติศาสตร์ปราสาทขอม เช่น ปราสาทบ้านสมอ” จุดแข็งดังกล่าวนี้ ทำให้การเดินทางมาเยือนศรีสะเกษ จะเป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า เพราะมีโอกาสได้สัมผัสการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่งดงาม และยังมีโอกาสได้เยือนแหล่งประวัติศาสตร์ในพื้นที่อีกด้วย

2. ศรีสะเกษมีประเพณีที่น่าสนใจที่หลากหลาย ทั้งนี้เพราะศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ และพวกเขายังคงรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิม ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมที่จะเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจสัมผัสวัฒนธรรมที่เป็นของจริงของชนเผ่าต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลบอกว่า “ศรีสะเกษ มีรวมถึงประเพณีดั้งเดิมที่หลากหลาย เช่น ประเพณีโขนตาของชาวไทย-เขมร” การจัดกิจกรรมทางประเพณี ยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับคนในพื้นที่ เป็นโอกาสในการปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. ศรีสะเกษมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดดเด่น มีงานเทศกาลทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “เทศกาลดอกดาหลา เทศกาลทุเรียนภูเขาไฟ เป็นเทศกาลที่น่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ ถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์ดี ๆ น่าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาร่วมกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ เหล่านี้ได้”

4. ศรีสะเกษมีชนเผ่าต่าง ๆ ที่ยังคงรักษาวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นของแท้ทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวยุคใหม่สนใจที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่มีความแตกต่างจากวิถีชีวิตของพวกเขาเอง ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “วิถีชีวิตชุมชนที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย-เขมรของคนในศรีสะเกษเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อาจจะเรียกว่าเป็น Soft Power ของศรีสะเกษที่นักท่องเที่ยวอยากมีโอกาสได้สัมผัส”

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ศรีสะเกษยังมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้รับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวในศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การบริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ” ถ้าหากศรีสะเกษต้องการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกอีกหลายอย่างเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน

2. เจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ บุคลากร และคนศรีสะเกษไม่มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเพียงพอที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสื่อสารเรื่องราวของศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ยังไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงพอ ผู้ให้ข้อมูลชี้ให้เห็นว่า “ข้อมูลการท่องเที่ยวและเอกสารแนะนำเส้นทางภาษาอังกฤษยังมีจำกัด และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่ดีพอที่จะทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับประสบการณ์ที่ดี”

3. คนในศรีสะเกษเองยังขาดความรู้ความเข้าใจความสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นพวกเขาก็อาจจะไม่เต็มใจที่จะมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ทำให้พวกเขาไม่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของแผนงานการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “บางพื้นที่ยังขาดความตระหนักถึงความสำคัญ

ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พวกเขาจึงไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ”

โดยสรุป ศรีสะเกษมีจุดแข็งทางด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความงามธรรมชาติที่สามารถใช้เป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนศรีสะเกษได้ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี งานเทศกาล ของชนเผ่าต่างๆที่อาศัยอยู่ในศรีสะเกษเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินยุทธศาสตร์ Soft Power ของศรีสะเกษได้เป็นอย่างดี ถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในศรีสะเกษอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก็จะสามารถทำให้ศรีสะเกษเป็นเมืองน่าเที่ยว เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวได้

อย่างไรก็ตาม ศรีสะเกษยังมีจุดอ่อนที่จะต้องแก้ไข นั่นคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการแก้ไขเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับรู้และชื่นชมทรัพยากรการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ และจุดอ่อนที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือคนในพื้นที่จะนวนหนึ่งยังไม่ตระหนักรู้ความสำคัญของการท่องเที่ยวทำให้พวกเขาไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

โอกาสและอุปสรรคของศรีสะเกษในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภาค คือภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ผู้วิจัยสามารถสรุปโอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาและส่งเสริมให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้

โอกาส (Opportunities)

1. การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สนับสนุนโดย UNESCO ทำให้ศรีสะเกษสามารถใช้กิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ถ้าหากนักท่องเที่ยวอยากทำกิจกรรมสร้างสรรค์ ศรีสะเกษมีให้มากมาย ทั้งการหัดทำอาหารพื้นเมือง การทำสินค้าหัตถกรรม การทำกิจกรรมทางการเกษตร รวมทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในงานเทศกาลของศรีสะเกษที่มีอยู่อย่างหลากหลาย” เรื่องกิจกรรมสร้างสรรค์นั้นศรีสะเกษมีมากพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และศรีสะเกษก็มีปราชญ์ท้องถิ่นที่จะเป็นผู้สอนนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์

2. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่บัดนี้เปลี่ยนมาเรียกว่าเมืองน่าเที่ยว โดยให้มีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในศรีสะเกษ และเชื่อมโยงกับจังหวัดอื่น ๆ เป็นเครือข่ายพันธมิตรยุทธศาสตร์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนศรีสะเกษและจังหวัดใกล้เคียง ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ศรีสะเกษมีการขนานรับนโยบายดังกล่าวนี้

โดยแผนยุทธศาสตร์ที่มีโครงสร้างชัดเจน: มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การใช้ที่ดินอย่างเหมาะสม และการจัดการทรัพยากร”

3. ศรีสะเกษมีความงามทางธรรมชาติที่สร้างโอกาสในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ศรีสะเกษต้องคว้าโอกาสจากความงามธรรมชาติที่หลากหลายของศรีสะเกษ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นเส้นทางเดินป่า แคมป์ปิ้ง และสตาร์เก็ซในพื้นที่ป่าผสมผลัดใบ” การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเป็นประสบการณ์เสริมที่เพิ่มคุณค่าเพิ่มเติมให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนศรีสะเกษ

4. ศรีสะเกษมีลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถนำมาใช้เป็นเนื้อหาในการสร้างตราสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากการท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ศรีสะเกษจะต้องสร้างตราสินค้าว่าศรีสะเกษเป็น เมืองเล็กสีเขียว เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของศรีสะเกษให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนที่สูงโคราช

5. พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของศรีสะเกษและความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของศรีสะเกษสร้างโอกาสให้ศรีสะเกษพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษด้วยการใช้ประโยชน์จากจังหวัดใกล้เคียงให้เป็นพันธมิตร ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ศรีสะเกษต้องพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ด้วยความร่วมมือข้ามจังหวัดเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีวัฒนธรรมผสมไทย-เขมร และอาจจะเชื่อมโยงกับกัมพูชาได้”

อุปสรรค (Threats)

อุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ คือ ข้อจำกัดด้านงบประมาณ ผู้ให้ข้อมูลตั้งข้อสังเกตว่า “การจัดสรรทรัพยากรเพื่อการประชาสัมพันธ์และการพัฒนา ยังไม่เพียงพอ ทำให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ไม่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว” การที่ศรีสะเกษมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่ดีพอ อาจจะเป็นเหตุทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาอีก และอาจนำไปสู่ประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจในการมาเยือนศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “คนสมัยนี้เวลาเขาไปเที่ยวที่ไหน เขาก็จะเล่าหรือบันทึกประสบการณ์ของเขาใน Social media ถ้าหากเขาไม่ประทับใจกับการมาเที่ยวศรีสะเกษ แล้วเขาไปเขียนเล่าในทางที่ไม่ดี ก็จะเป็นอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

อุปสรรคอีกประการหนึ่งก็คือศักยภาพในการแข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียง ที่อาจจะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหนือกว่าศรีสะเกษ หรือมีการตลาดที่เข้มแข็งกว่าศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “จังหวัดอื่นในภาคอีสานที่มีแหล่งท่องเที่ยวคล้ายคลึงกับศรีสะเกษ แต่มีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหนือกว่าศรีสะเกษ พวกเขาก็อาจจะเลือกที่จะไปจังหวัดอื่นที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกับศรีสะเกษอย่างเช่นบุรีรัมย์ ที่มีสนามบิน และมีแหล่งท่องเที่ยว มิกิจกรรม

ท่องเที่ยวมากมาย และเขามีการตลาดที่ดีกว่าศรีสะเกษ คนรู้เรื่องราวของบุรีรัมย์มากกว่าศรีสะเกษ” นอกเหนือจากการแข่งขันกับจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกับศรีสะเกษแล้ว ศรีสะเกษยังต้องแข่งขันกับการท่องเที่ยวสายมูที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในเวลานี้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “เวลานี้ นักท่องเที่ยวที่สนใจจะมาเที่ยวอีสาน มีนักท่องเที่ยวสายมูอยู่เป็นจำนวนมาก พวกเขาสนใจที่จะไปไหวพญานาคในจังหวัดต่าง ๆ ที่มีตำนานพญานาคที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นอุดร หนองคาย บึงกาฬและนครพนม” การที่กระแสการท่องเที่ยวสายมูกำลังมาแรงอยู่ในขณะนี้ การเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเยือนศรีสะเกษจึงไม่ใช่เรื่องง่าย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวอาจทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนศรีสะเกษในจำนวนที่มากเกินไปเกินกว่าความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Over Carrying Capacity) ทำให้เกิดผลกระทบจากการท่องเที่ยวมากเกินไป สร้างความเสียหายให้แก่ทรัพยากรการท่องเที่ยว และอาจจะสร้างประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจให้นักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การที่มีคนมามากเกินกว่าที่ทางศรีสะเกษจะบริหารจัดการได้ อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและวัฒนธรรมดั้งเดิมหากไม่มีการจัดการที่ดี” ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะต้องมีการบริหารสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ

ความสามารถทางด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอีกหนึ่งอุปสรรคของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นพลเมืองของประเทศดิจิทัล (Natives of Digital Nation) ที่มีพฤติกรรมดิจิทัลที่หลากหลาย ทั้งการค้นหาข้อมูล การทำธุรกรรม การจอง การจ่ายที่เป็นการกระทำ Online ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในด้านต่างๆ แต่ผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวหลายภาษา จัดฝึกอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้ผู้ประกอบการและบุคลากร”

โดยสรุป โอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมให้ศรีสะเกษเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สนับสนุนโดย UNESCO นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองให้เป็นเมืองน่าเที่ยวโดยเป็นพันธมิตรกับเมืองหลักทางศรีสะเกษขานรับนโยบายดังกล่าวโดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษที่ชัดเจน ศรีสะเกษมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สร้างโอกาสในการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และเชิงการสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษนั้น ยังต้องเผชิญกับอุปสรรคด้านงบประมาณที่ส่งผลให้ไม่สามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นอุปสรรคในการจะทำให้ให้นักท่องเที่ยว

กลับมาเที่ยวซ้ำ และยังต้องเผชิญกับการที่นักท่องเที่ยวอาจจะนำเอาประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจไปเล่าในพื้นที่ Social Media ที่จะเป็นอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

นอกจากนั้นแล้ว ศรีสะเกษยังต้องเผชิญกับการแข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียงที่มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับศรีสะเกษ แต่มีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีกว่าอย่างเช่นบุรีรัมย์ที่มีวัฒนธรรมไทย-เขมร เช่นเดียวกับศรีสะเกษ นอกจากนี้จะต้องแข่งขันกับจังหวัดที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันแล้ว ศรีสะเกษยังต้องแข่งขันกับจังหวัดที่มีตำนานพญานาค อย่างเช่น อุตร หนองคาย บึงกาฬ และ นครพนม ทั้งนี้เพราะเวลานี้การท่องเที่ยวสายมูกำลังมาแรง และการบูชาพญานาคก็เป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวสายมูที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในขณะนี้

อุปสรรคที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการและบุคลากรยังไม่ดีพอที่จะรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวดิจิทัล ค้นหาข้อมูลบนพื้นที่ดิจิทัล ทำธุรกรรมต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ถ้าหากจะมีการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ จะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และพัฒนาทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากร

สิ่งที่ต้องพัฒนาเพื่อให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ที่ทำหน้าที่วางแผนและดำเนินการจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย การเข้าถึง (Accessibility) ที่พักแรม (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว (Activities) สิ่งอำนวยความสะดวก (Ancillaries) และสิ่งที่เพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (Amenities) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภาค คือภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ผู้วิจัยสามารถสรุปการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในจังหวัดศรีสะเกษได้ดังนี้

1. Accessibility (การเข้าถึง) ปัจจุบันการเดินทางมายังศรีสะเกษส่วนใหญ่พึ่งพารถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง เนื่องจากไม่มีสนามบิน และเมื่อท่องเที่ยวอยู่ในศรีสะเกษ นักท่องเที่ยวยังไม่ได้ความสะดวกสบายเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “ในระยะสั้น ควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชันนำทางและระบบขนส่งสาธารณะขนาดเล็กที่เชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น รถสองแถวปรับปรุงใหม่ หรือรถรางนำเที่ยวในตัวเมือง และแหล่งท่องเที่ยวหลัก” นอกจากนี้จะมีการพัฒนาการเดินทางภายในศรีสะเกษแล้ว จะต้องมีการพัฒนาระยะยาวด้วย ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “สำหรับระยะยาว ควรผลักดันให้มีโครงการปรับปรุงการเดินทางมาศรีสะเกษ ด้วยการสร้างสนามบินศรีสะเกษ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ และต่างประเทศ” นอกจากนี้แล้ว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงประวัติศาสตร์แบบยั่งยืน ลด Carbon

Footprint ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรจัดกิจกรรม "Car Free Day" เป็นประจำในย่านเมืองเก่า ส่งเสริมการเดินทางและการใช้จักรยาน พร้อมจัดแสดงงานศิลปะทางด้านวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้ชมหรือฝึกหัดทำงานศิลปะหัตถกรรมไปตลอดริมทาง”

2. Accommodation (ที่พัก) ในปัจจุบันที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กและรีสอร์ทระดับกลาง มีจำนวนจำกัดและอาจไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่าในการพัฒนาที่พักในศรีสะเกษ “ควรมีการส่งเสริมโฮมสเตย์เชิงวัฒนธรรม โดยสนับสนุนให้ชุมชนเปิดบ้านพักโฮมสเตย์นำเสนอประสบการณ์วิถีชีวิตท้องถิ่น เช่น การทำอาหารพื้นเมือง การทอผ้าไหม การจักสาน” ในขณะเดียวกัน ต้องพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อให้ได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเป็นที่พักคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวในการจะเลือกเข้าพัก ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ในการพัฒนาเรื่องที่พัก ควรจะพัฒนากลไกการรับรองคุณภาพ: สร้างมาตรฐานและให้การรับรองที่พักว่าเป็นที่พักสีเขียวที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อมเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” นอกจากนั้นแล้ว เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ควรจะมีที่พักแบบสร้างสรรค์ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “น่าจะมีการออกแบบ "บ้านนักสร้างสรรค์" (Creative House) ที่พักธีมพิเศษที่สะท้อนงานศิลปะ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของศรีสะเกษ”

3. Attraction (แหล่งท่องเที่ยว) ศรีสะเกษมีแหล่งท่องเที่ยวหลักคือปราสาทขอม ผาพญาภูปริ สวนทุเรียนภูเขาไฟ และเทศกาลต่างๆ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “การสร้างเรื่องราว (Storytelling) เป็นหัวใจของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ต้องมีการพัฒนาการนำเสนอเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวให้มีชีวิตชีวา น่าสนใจ และเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว” และเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว จะต้องมีการพัฒนากิจกรรมพิเศษหลากหลายรูปแบบในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนศรีสะเกษตลอดปี แก้ปัญหาของการมีนักท่องเที่ยวมาน้อยในบางฤดูกาล ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องมีการสร้างสรรคกิจกรรมพิเศษและกิจกรรมในงานเทศกาลใหม่ ๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น เทศกาลอาหารอีสานใต้ เทศกาลศิลปะชุมชน” และควรจะมีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นความโดดเด่นอย่างหนึ่งของศรีสะเกษที่มีวัฒนธรรมผสม ไทย-เขมร ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “จัดทำเส้นทางตามรอยอารยธรรมขอม ให้นักท่องเที่ยวได้สวมบทบาทนักสำรวจ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของศรีสะเกษที่เป็นพื้นที่วัฒนธรรมผสม ไทย-เขมร ผ่านการเล่นเกมส์และชมการแสดง”

4. Activities (กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว) กิจกรรมการท่องเที่ยวศรีสะเกษในปัจจุบันส่วนใหญ่เน้นการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเชิงธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ “ดูและเรียนรู้” เท่านั้น แต่ไม่ได้ทำกิจกรรมอะไร ดังนั้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวศรีสะเกษ ต้องเปลี่ยนจากการ “ดูและเรียนรู้” มาเป็นการได้ทำกิจกรรมบางอย่าง ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “ในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทาง

วัฒนธรรมและทางประวัติศาสตร์ ต้องมีการส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ จัดทำเวิร์กช็อปทำอาหารพื้นเมือง สอนการจักสาน สอนทำผ้ามัดย้อม สอนแกะสลัก และเรียนดนตรีพื้นบ้าน” การพัฒนา กิจกรรมเหล่านี้ จะทำให้การท่องเที่ยวศรีสะเกษเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้หัดทำอะไรบางอย่าง และได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่เป็นปราชญ์ท้องถิ่น นอกจากนั้นแล้ว เพื่อให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ เช่น จัดค่ายศิลปะ การประกวดภาพถ่าย การแข่งขันทำอาหาร เปิดตลาดนัดจำหน่ายสินค้าทำด้วยมือ ออกแบบกิจกรรม CSR ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในรูปแบบต่างๆที่มีคุณค่าทางสังคม” ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านหนึ่งแนะนำให้ “พัฒนา “เกมล่าทำปราสาท” ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์และความเชื่อท้องถิ่นผ่านการเล่นเกม”

5. Ancillaries (สิ่งอำนวยความสะดวก) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะในปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จะสร้างความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวยังมีจำกัด ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในศรีสะเกษยังมีจำกัด โดยเฉพาะป้ายบอกทาง ห้างน้ำสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว” ดังนั้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก: ติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน พัฒนาห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดและเพียงพอ จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และเพื่อความทันสมัยในการดำเนินธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวจะต้องมีการใช้ประโยชน์จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องพัฒนาแอปพลิเคชัน: สร้างแอปพลิเคชันที่รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ร้านอาหาร ที่พัก และกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหา ติดต่อสอบถาม และทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้โดยสะดวกตามยุคดิจิทัล” ในเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล จะต้องมีการพัฒนาจุดถ่ายรูป (Selfie) ให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพสวยๆของศรีสะเกษไปเล่าในพื้นที่ Social Media เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวศรีสะเกษได้อีกทางหนึ่ง ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่าให้ “ออกแบบ สถานีเติมพลังใจ เป็นจุดพักผ่อนที่มีมุมถ่ายรูปสวยๆ บริการน้ำดื่มฟรี และข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการนำไปเล่าให้เพื่อนๆในเครือข่ายสังคมออนไลน์”

6. Amenities (สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษ) สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวได้แก่ สถานบันเทิง ชีวิตยามค่ำคืน ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม แหล่ง Shopping สถานบันเทิงและร้านอาหารของศรีสะเกษส่วนใหญ่เป็นแบบพื้นฐาน ไม่มีความพิเศษที่น่าประทับใจอะไร” ดังนั้น ต้องมีโครงการส่งเสริมการลงทุนการทำธุรกิจที่จะเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ในการพัฒนาต้องมีการส่งเสริมร้านอาหารและคาเฟ่ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาเมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เป็นอาหารประจำจังหวัด ตกแต่งร้านให้สวยงามที่สร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ”

เพื่อให้ชีวิตยามค่ำคืนมีสีสัน สร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “จัดกิจกรรมบันเทิง จัดแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงศิลปะ มีตลาดกลางคืน และกิจกรรมอื่น ๆ ที่สร้างความบันเทิงและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว สร้าง ถนนสายศิลปะ ที่รวบรวม ร้านค้าทางวัฒนธรรม (CPOT) แกลเลอรี และสตูดิโอของศิลปินท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เป็นประสบการณ์พิเศษที่ไม่อาจจะหาได้จากจังหวัดอื่น”

นอกเหนือจากองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A ตามทฤษฎีดั้งเดิมแล้ว ผู้ให้ข้อมูลยังให้ความสำคัญกับ Authenticity (ความเป็นของแท้) ที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว ในยุคปัจจุบันที่ต้องการได้สัมผัสวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ (Authentic culture) ของท้องถิ่นที่พวกเขา ไปเยือน ไม่ใช่วัฒนธรรมปรุงแต่ง (Staged Culture) เพื่อความสะดวกในการดำเนินการเชิงพาณิชย์ (Commercialization) เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ ต้องเน้นการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน ให้คงอยู่” และนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ที่เป็นของจริง ไม่ปรุงแต่ง

อีกเรื่องหนึ่งที่ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ คือ Atmosphere (บรรยากาศ) ในที่นี้หมายถึงความสะอาด ความสวยงาม การกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพของบรรยากาศที่ปราศจากมลพิษ รวมทั้งเรื่องภาพลักษณ์ที่มีชื่อเสียงด้านความปลอดภัยของ ศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “พอเข้าเมืองศรีสะเกษ นักท่องเที่ยวต้องมองเห็นความสวยงาม ของเมือง ทั้งถนน เสาไฟฟ้า ราวสะพาน อาคารต่างๆ นอกจากสวยแล้ว จะต้องสะอาดด้วย ต้องไม่มี ขยะบนถนนหรือข้างทาง” ในขณะเดียวกันเรื่องความปลอดภัยก็เป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้น ศรีสะเกษ ต้องมีภาพลักษณ์ชื่อเสียงว่าเป็นเมืองที่ปลอดภัย ไม่มีปัญหาด้านอาชญากรรม ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ที่ไม่มีปัญหาโจรผู้ร้าย การฉกชิงวิ่งราว มีส่วนในการสร้าง บรรยากาศที่ดี ทำให้ศรีสะเกษเป็นเมืองน่าเที่ยว”

เพื่อเพิ่มพลังในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมีเยือนศรีสะเกษ ความร่วมมือเป็นพันธมิตรกับ จังหวัดข้างเคียงอย่างอุบลราชธานี บุรีรัมย์ ตลอดจนการเชื่อมสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านอย่าง กัมพูชา ก็ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาที่ควรทำ ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลจึงเพิ่มองค์ประกอบเพื่อการพัฒนา อีกองค์ประกอบหนึ่งคือ Alliance (การมีพันธมิตร) ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “แทนที่จะแข่งขันกับจังหวัด ไกล่เคียง ทำไมเราไม่ร่วมมือกับพวกเขา ทำแผนการตลาดส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยว เห็นว่าการมาเที่ยวศรีสะเกษจะมีโอกาสได้ไปเที่ยวอีกหลายที่ รวมทั้งไปเที่ยวต่างประเทศอย่าง กัมพูชา”

โดยสรุป องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของศรีสะเกษยังต้องมีการพัฒนาอีกมากด้าน Accessibility (การเข้าถึง) ยังต้องอาศัยรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง และเมื่อท่องเที่ยว อยู่ในศรีสะเกษ นักท่องเที่ยวยังไม่ได้ความสะดวกสบายเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเดินทางไป

ยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในระยะยาวด้วย ควรผลักดันให้สร้างสนามบินศรีสะเกษ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ และต่างประเทศ”

ด้าน Accommodation (ที่พัก) ที่พักรส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กและรีสอร์ทระดับกลาง มีจำนวนจำกัดและอาจไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล ควรสนับสนุนให้ชุมชนเปิดบ้านพักโฮมสเตย์นำเสนอประสบการณ์วิถีชีวิตท้องถิ่น ต้องพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อให้ได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเป็นที่พักคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการจะเลือกเข้าพัก สร้างมาตรฐานและให้ได้รับการรับรองว่าเป็นที่พักที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ควรจะมีที่พักแบบสร้างสรรค์ ที่มีธีมพิเศษที่สะท้อนงานศิลปะ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของศรีสะเกษ

ด้าน Attraction (แหล่งท่องเที่ยว) ศรีสะเกษมีแหล่งท่องเที่ยวหลักคือปราสาทขอม ผาพญาภูปริ สวนทุเรียนภูเขาไฟ, และเทศกาลต่าง ๆ ที่ควรมีการสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยนำเสนอเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวให้มีชีวิตชีวน่าสนใจ และเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ต้องมีการพัฒนากิจกรรมพิเศษหลากหลายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ควรสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมผสม ไทย-เขมร ให้นักท่องเที่ยวได้สวมบทบาทนักสำรวจ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของศรีสะเกษที่เป็นพื้นที่วัฒนธรรมผสม ไทย-เขมร ผ่านการเล่นเกมส์และชมการแสดง

ด้าน Activities (กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว) กิจกรรมการท่องเที่ยวศรีสะเกษในปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเชิงธรรมชาติ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวศรีสะเกษต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมบางอย่าง เช่น หัดทำอาหารพื้นเมือง การจักสาน การทำผ้ามัดย้อม การแกะสลัก และเรียนดนตรีพื้นบ้าน เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้หัดทำอะไรบางอย่าง และได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่เป็นปราชญ์ท้องถิ่น ควรจัดค่ายศิลปะ การประกวดภาพถ่าย การแข่งขันทำอาหาร เปิดตลาดนัดจำหน่ายสินค้าทำด้วยมือ ออกแบบกิจกรรม CSR ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในรูปแบบต่างๆ ที่มีคุณค่าทางสังคม

ด้าน Ancillaries (สิ่งอำนวยความสะดวก) ต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน พัฒนาห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดและเพียงพอ จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และเพื่อความทันสมัยในการดำเนินธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวจะต้องมีการใช้ประโยชน์จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล ต้องสร้างแอปพลิเคชันที่รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ร้านอาหาร ที่พัก และกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหา ติดต่อสอบถาม และทำธุรกรรมต่างๆ ได้โดยสะดวกตามยุคดิจิทัล ต้องมีการพัฒนาจุดถ่ายรูป (Selfie) ให้นักท่องเที่ยวได้เก็บบทสวยๆ ของศรีสะเกษไปเล่าในพื้นที่ Social Media เพื่อให้เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวศรีสะเกษได้อีกทางหนึ่ง

ด้าน Amenities (สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษ) สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษต้องเน้นด้านนันทนาการ ได้แก่ สถานบันเทิง ชีวิตยามค่ำคืน ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม แหล่ง Shopping ต้องมีโครงการส่งเสริมการลงทุนการทำธุรกิจที่จะเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษ ร้านอาหารต้องพัฒนาเมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นอาหารประจำจังหวัด การตกแต่งร้านต้องสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ” เพื่อให้ชีวิตยามค่ำคืนมีสีสัน ควรจัดให้มีแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงศิลปะ มีตลาดกลางคืน และกิจกรรมอื่น ๆ ที่สร้างความบันเทิงและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว

นอกเหนือจากองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A ตามทฤษฎีดั้งเดิมแล้ว ต้องให้ความสำคัญกับ “Authenticity (ความเป็นของแท้)” รักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนให้คงอยู่ Atmosphere (บรรยากาศ) ก็ต้องได้รับการพัฒนา ด้านความสะอาด ความสวยงาม การกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพของบรรยากาศที่ปราศจากมลพิษ รวมทั้งเรื่องภาพลักษณ์ชื่อเสียงด้านความปลอดภัยของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า ความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองที่ไม่มีปัญหาโจรผู้ร้าย การฉกชิงวิ่งราว นอกจากนั้น เพื่อเพิ่มพลังในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมีเยือนศรีสะเกษ ความร่วมมือเป็นพันธมิตรกับจังหวัดข้างเคียงอย่างอุบลราชธานี บุรีรัมย์ ตลอดจนการเชื่อมสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านอย่างกัมพูชา ก็ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาที่ควรทำ ดังนั้น อีกหนึ่งองค์ประกอบที่ต้องพัฒนาคือ Alliance (การมีพันธมิตร) ทำแผนการตลาดส่งเสริมการตลาดร่วมกันให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าการมาเที่ยวศรีสะเกษจะมีโอกาสได้ไปเที่ยวอีกหลายที่ รวมทั้งไปเที่ยวต่างประเทศอย่างกัมพูชา

กิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

จากข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภาค ได้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ผู้วิจัยสามารถรวบรวมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนศรีสะเกษ เพื่อร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ โดยเฉพาะปราชญ์พื้นบ้านผู้มีความเชี่ยวชาญการสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมการฝึกทำอาหารพื้นเมือง ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “กิจกรรมสร้างสรรค์ที่น่าสนใจในด้านการหัดทำอาหารพื้นเมืองคือให้นักท่องเที่ยวได้เรียนทำอาหารอีสานได้ เช่น ส้มตำ ลาบ แง อ่อมเห็ดรวม ข้าวปุ้นน้ำปลา, ขนมจีนน้ำยาป่า ไก่ย่างเขาสวนกวาง และอาหารที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ทูเรียนภูเขาไฟ เาะ ลองกอง สะตอ และหอมแดง” กิจกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าวนี้ นอกจากทำหายศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น และวัตถุดิบดังกล่าวนี้ ถือว่าเป็นพืชเศรษฐกิจของศรีสะเกษ เช่นทูเรียนภูเขาไฟ และหอมแดง ในการหัดทำอาหารนี้ ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถนำอาหาร

ที่เป็นฝีมือของตนเองกลับบ้านไปเป็นของฝาก ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบสุญญากาศที่บรรจุอาหารที่นักท่องเที่ยวหัดทำ นำไปฝากคนที่บ้าน เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมดังกล่าวนี้

2. กิจกรรมการพัฒนาทักษะด้านหัตถกรรม ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ปราชญ์ชาวบ้านของศรีสะเกษหลายคนมีความเชี่ยวชาญด้านการจักสานตะกร้า การทอผ้าไหม การทำเครื่องประดับจากลูกปัด การทำเครื่องปั้นดินเผา การแกะสลักไม้ การทำวาว และการทำโคมไฟ สิ่งเหล่านี้จะเป็นกิจกรรมที่ท้าทายความสามารถด้านการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว และต้องแนะนำให้พวกเขานำเอาผลผลิตด้านหัตถกรรมของเขาไปเป็นของฝาก หรือของที่ระลึกในการได้เข้าร่วมฝึกหัดกิจกรรมด้านหัตถกรรมที่ศรีสะเกษ”

3. กิจกรรมด้านการเกษตร เนื่องจากการเกษตรเป็นอาชีพหลักของชาวศรีสะเกษ การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้หัดทำการเกษตรตามแนวทางของคนศรีสะเกษน่าจะเป็นสิ่งที่ท้าทายและน่าจะเป็นกิจกรรมที่สนุกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการลงมือทำกิจกรรมที่เป็นหนทางทำมาหากินของคนศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “นักท่องเที่ยวบางคนน่าจะสนใจที่จะเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ การปลูกผักปลอดสารพิษ การทำปุ๋ยหมัก การเลี้ยงสัตว์ การเก็บผลไม้ตามฤดูกาล การทำไร่นาสวนผสม การปลูกทุเรียนภูเขาไฟ เมื่อได้เรียนรู้แล้ว พวกเขาอาจจะนึกสนุกที่จะลองทำตามทีคนในพื้นที่ให้คำแนะนำ” กิจกรรมทางด้านการเกษตรเป็นทั้งกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ และกิจกรรมที่ท้าทายความสามารถของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมทางการเกษตรตามแบบฉบับของชาวศรีสะเกษ หลายอย่างจะเป็นประสบการณ์ที่พวกเขาไม่เคยรู้ และไม่เคยทำมาก่อน จึงเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ

4. กิจกรรมการเรียนรู้และร่วมใช้ชีวิตตามวิถีชีวิตชาวบ้าน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการไปเยี่ยมชมชุมชนต่างๆ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตประจำวันของคนในชุมชน นอกจากจะมีความน่าสนใจแล้ว นักท่องเที่ยวบางคนก็ต้องการที่จะลองใช้ชีวิตตามวิถีชาวบ้านในชุมชน ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่า “เวลาไปเยี่ยมชมวิถีชีวิตชาวบ้านในชุมชนวัฒนธรรมต่างๆ นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเรียนรู้วิถีการทำนา การเกี่ยวข้าว การนวดข้าว การสีข้าว การตำข้าว การทำขนมพื้นบ้าน การทอผ้าไหมมัดหมี่ การทำเครื่องจักสาน การเข้าร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ พอพวกเขาได้เรียนรู้แล้ว ก็อยากจะลองทำดู บางคนอาจจะพักอยู่ใน Home Stay แล้วตื่นมาร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นกิจวัตรประจำวันของคนในชุมชน เมื่อพวกเขาเรียนรู้ แล้วทำได้อย่างที่ชาวบ้านทำ พวกเขาจะรู้สึกสนุก และภูมิใจ ดังนั้นกิจกรรมดังกล่าวนี้ จึงเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากได้ลองใช้ชีวิตแบบคนในชุมชน

5. กิจกรรมการเข้าร่วมประเพณีและเทศกาล เช่นประเพณีโดนตา ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษ ชมการละเล่นพื้นบ้าน การแสดง และ

การประกวดต่าง ๆ กิจกรรมเหล่านี้ พวกเขาไม่เพียงแต่จะเป็นผู้ดูเท่านั้น แต่จะเป็นผู้เข้าร่วมทำกิจกรรมด้วย” อีกเทศกาลที่สำคัญของศรีสะเกษคือเทศกาลดอกคำءวน ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “นักท่องเที่ยวชมชบวนแห่ การแสดงศิลปวัฒนธรรม การออกร้านจำหน่ายสินค้า การประกวดธิดาดอกคำءวน พวกเขาสามารถเข้าร่วมชบวนแห่เป็นส่วนหนึ่งของเทศกาล” อีกเทศกาลที่สำคัญของศรีสะเกษ คือเทศกาลทุเรียนภูเขาไฟ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “นักท่องเที่ยวจะได้ชมชบวนแห่ การประกวดทุเรียน การออกร้านจำหน่ายทุเรียนและสินค้าอื่นๆ การแสดงดนตรี การละเล่นพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้การเลือกซื้อทุเรียน การได้กินทุเรียนในถิ่นกำเนิดที่ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์”

ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ข้างต้น นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และฝึกฝนกิจกรรมเหล่านี้ โดยมีปฏิสัมพันธ์กับปราชญ์ชาวบ้าน หรือผู้ที่มีความรู้ความสามารถในท้องถิ่นนั้น ๆ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะต้องมีการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ ที่มีการจัดขึ้นในศรีสะเกษ ต้องนำเสนอเรื่องราวของงานประเพณีและงานเทศกาลต่างในในศรีสะเกษ ที่นักท่องเที่ยวควรมิพลาด ทำการสื่อสารการตลาดนำเสนอมีจุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษประสบความสำเร็จ จะต้องมีแผนพัฒนาและขยายกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในศรีสะเกษ โดยจะต้องมีผู้ประกอบการลงทุนในฐานะผู้ดำเนินสร้างกิจกรรมการสร้างสรรค พัฒนาปราชญ์ชุมชนผู้มีความเชี่ยวชาญในกิจกรรมสร้างสรรค์ให้มีทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันก็ต้องพัฒนาเยาวชนให้มีความเชี่ยวชาญกิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ เพื่อประโยชน์ในการสืบสานเพื่อดำรงความยั่งยืนกิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษไปชั่วลูกชั่วหลาน การจัดกิจกรรมต้องดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ การบริการจะต้องเป็นเลิศเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ศรีสะเกษจะต้องใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งด้านวัฒนธรรม ด้านประวัติศาสตร์ ด้านการเกษตร และด้านธรรมชาติ ในการนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพิ่มเติมจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษ

โดยสรุป ศรีสะเกษมีกิจกรรมการสร้างสรรคที่หลากหลายในการจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนศรีสะเกษ เพื่อทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง เป็นประสบการณ์ของการเรียนรู้ การได้ลงมือทำ และการได้ปฏิสัมพันธ์กับปราชญ์ท้องถิ่น กิจกรรมสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษ สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ มีทั้งการฝึกหัดทำอาหารพื้นเมืองจากวัตถุดิบในท้องถิ่น การได้หัดทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานศิลปะหัตถกรรม การทำกิจกรรมทางการเกษตร

การได้ทำกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตประจำวันของชาวบ้านในชุมชน และการได้ชมและร่วมกิจกรรมในงานประเพณีและงานเทศกาลต่างๆของศรีสะเกษ

ในการจะทำการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะต้องมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้ลงทุนเป็นผู้ดำเนินธุรกิจการจัดกิจกรรม การสร้างสรรค์ การทำการสื่อสารการตลาดเล่าเรื่องกิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษให้น่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีเยือนศรีสะเกษที่ทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง บรรยากาศของการเรียนรู้และการฝึกฝนจะต้องสร้างแรงบันดาลใจด้านการสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว การบริการจะต้องเป็นเลิศ ประชาชนชาวบ้านผู้ทำหน้าที่สอนจะต้องมีทักษะในการสอน และการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์

ในขณะเดียวกัน เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนศรีสะเกษ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ควรมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอยู่ในศรีสะเกษ พัฒนาการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่าที่จะเดินทางมาเรียนรู้และฝึกฝนกิจกรรมการสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ ที่ศรีสะเกษนำเสนอ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวในการนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ของศรีสะเกษ

เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านสร้างสรรค์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าศรีสะเกษมีทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่สามารถพัฒนาเป็น การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ขอความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆที่มีอยู่ในศรีสะเกษมาพัฒนาเป็น การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เสนอให้นักท่องเที่ยวที่มาร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์ในศรีสะเกษ มีทรัพยากรที่หลากหลาย ผู้ให้ข้อมูลได้เสนอแนะการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวของ ศรีสะเกษมาเสนอการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือน ศรีสะเกษของนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลมองเห็นว่าศรีสะเกษมีประเพณีดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ในวัฒนธรรมดังกล่าวมีประเพณีหนึ่งที่สามารถนำมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวแนะนำว่า “ศรีสะเกษสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ เพราะมีประเพณีที่น่าสนใจคือประเพณีโดนตาของชาวไทย-เขมร” การพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย-เขมร และชมเทศกาล ดอกดาหลา เทศกาลทุเรียนภูเขาไฟ” แสดงให้เห็นว่าศรีสะเกษมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากจังหวัดอื่น ถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์นำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมเหล่านี้ ก็จะสามารถดึงดูด

ให้นักท่องเที่ยวมองเห็นว่า นอกเหนือจากการมาเยือนศรีสะเกษเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์แล้ว ยังได้สัมผัสวัฒนธรรมผสมไทย-เขมรอีกด้วย

2. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศรีสะเกษเป็นดินแดนที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่ยุคสมัยของอาณาจักรขอมที่ได้ทิ้งมรดกทางประวัติศาสตร์ไว้มากมาย แต่เดิมชื่อเมืองขุขันธ์ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ในศรีสะเกษมีแหล่งโบราณสถานที่น่าสนใจ” การจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวจะได้ชมอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหารปราศรัย ปราสาทสระกำแพงน้อย ประสามสระกำแพงใหญ่ ประสาทเยอ ปราสาทโดนตวล และปราสาทบ้านสมอ ปราสาทเหล่านี้จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ที่มาของวัฒนธรรมศรีสะเกษว่าทำไมจึงเป็นวัฒนธรรมผสมไทย*-เขมร”

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและธรรมชาติ ศรีสะเกษมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลากหลายที่มีความสวยงาม ผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า “ให้มีการจัดเส้นทางเดินป่า แคมป์ปิ้ง สตาร์เก็ชิ่งในพื้นที่ป่าผสมผลัดใบ ฝายมออีแดง น้ำตก บึงนกเป็ดน้ำ ไพรบึง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรักและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยศาลา เขื่อนราษีไศล” การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศและธรรมชาติดังกล่าวนี้ นอกจากจะสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามหลักปรัชญาความยั่งยืนด้วย เพราะการไปเยือนสถานที่ต่างๆตามเส้นทางดังกล่าว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดสำนึกของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้อีกด้วย

4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คนในศรีสะเกษจำนวนมากมีอาชีพเป็นเกษตรกรทำให้ศรีสะเกษ มีพืชเศรษฐกิจมากมาย และแหล่งเพาะปลูกพืชผลเหล่านั้นสามารถใช้เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่ปลูกทุเรียนภูเขาไฟที่โด่งดัง ดังนั้นควรมีการจัดนำเที่ยวสวนทุเรียนภูเขาไฟ และผลผลิตทางเกษตรที่ขึ้นชื่อของศรีสะเกษ ก็คือหอมแดง ก็ควรมีการนำเที่ยวไปสวนหอมแดงด้วย นอกเหนือจากทุเรียนภูเขาไฟและหอมแดง จะเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของศรีสะเกษแล้ว พื้นที่ทางการเกษตรที่น่าสนใจของศรีสะเกษยังมีอีกหลายแหล่ง เช่น พื้นที่นาปลูกข้าวหอมมะลิ สวนปลูกระเทียม สวนยาง และสวนถั่วลิสง” ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงการเกษตร นอกจากได้ไปชมพื้นที่เพาะปลูกแล้ว พวกเขายังอยากทดลองปลูก จัดเก็บผลผลิต และจัดทำอาหารพื้นเมืองที่ทำมาจากวัตถุดิบที่เก็บได้จากไร่และสวนต่าง ๆ ที่พวกเขาไปเยือนด้วย

5. การท่องเที่ยวเชิงศาสนา นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง เมื่อไปเยือนที่ใดก็ตาม มักจะไปไหว้พระพุทธรูป หรือไปสนทนาธรรมกับเกจิอาจารย์ในพื้นที่ ศรีสะเกษมีวัดที่น่าสนใจอยู่มาก ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ศรีสะเกษเป็นเมืองที่มีวัดหลายวัดที่นักท่องเที่ยวสามารถไปเยี่ยมชม ไปสักการะพระพุทธรูป ไปพูดคุยกับเกจิอาจารย์ชื่อดัง และไปกราบไว้รูปปั้นของเกจิอาจารย์ผู้ล่วงลับ อย่างเช่น หลวงปู่เกลี้ยง ผู้หยั่งรู้ฟ้าดินวัดศรีธาตุโนนเกด ที่ละสังขารไปเมื่ออายุ 111 ปี หลวงปู่คำสิงห์ วัดปลาซิว พระผู้มีแต่ให้ นอกจากไปชมวัด ไปสักการะพระพุทธรูป และรูปปั้นเกจิอาจารย์แล้ว นักท่องเที่ยว

ยังสามารถบูชาวัตถุมงคลต่าง ๆ ได้อีกด้วย นักท่องเที่ยวที่นิยมมาสวดท่องเที่ยวแบบนี้ไม่น้อยนะ” การท่องเที่ยวเชิงศาสนา หรือการท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญเพื่อความเป็นสิริมงคลสำหรับชีวิต กำลังเป็นกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม “สายบุญ” ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น หลายจังหวัด ได้พัฒนาการท่องเที่ยวสายบุญในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ศรสะเกษก็มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

โดยสรุปว่า ศรสะเกษสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่นำเสนอการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวได้อีกหลายประเภท คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะศรสะเกษมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรมผสมไทย-เขมรที่มีความเป็นเอกลักษณ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มีทั้งการเรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของชาวบ้าน และการร่วมงานเทศกาลต่าง ๆ 2) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพราะศรสะเกษเป็นเมืองที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่ยุคอาณาจักรขอมรุ่งเรือง และได้ทิ้งร่องรอยทางประวัติศาสตร์ไว้มากมายในรูปของปราสาทใหญ่น้อย ที่สะท้อนความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอมในอดีต การจัดเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ที่มาของการที่ศรสะเกษมีวัฒนธรรมผสมไทย-เขมรในอดีตที่มีการสืบสานมาจนถึงปัจจุบัน

นอกจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงประวัติศาสตร์ที่แสดงความเป็นมาของศรสะเกษตั้งแต่อดีตแล้ว ศรสะเกษยังสามารถนำเสนอการท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องปัจจุบันได้อีกด้วย นั่นคือ 3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความงามทางธรรมชาติ เพราะศรสะเกษมีธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง มีอุทยาน มีเขื่อนที่เป็นโครงการเพื่อการดำรงรักษาทรัพยากรธรรมชาติตามแนวทางของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ทั้งความรู้ และการปลูกจิตสำนึกเรื่องการรักษาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อความยั่งยืน และ 4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้เพราะคนในศรสะเกษมีอาชีพทำการเกษตร และนักท่องเที่ยวปัจจุบันก็สนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พวกเขาสนใจที่จะไปชมพื้นที่เพาะปลูก ไปหัดปลูก หัดจัดเก็บผลผลิต และหัดทำอาหารที่ใช้ผลผลิตที่มาจากสถานที่เพาะปลูกเหล่านั้น ศรสะเกษมีที่เพาะปลูกพืชผลที่หลากหลาย แต่พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของศรสะเกษ คือ ทุเรียนภูเขาไฟ และหอมแดง ดังนั้นควรมีการจัดนำเที่ยวสวนทุเรียนภูเขาไฟ และสวนหอมแดง และควรจัดให้มีการหัดทำอาหารต่างๆที่ใช้หอมแดงเป็นวัตถุดิบ

ในขณะที่ การท่องเที่ยวสายบุญกำลังเติบโตเป็นกระแสอยู่ในเวลานี้ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ขายรับกระแสดังกล่าว ด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวสายบุญ ศรสะเกษก็สามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสายบุญที่แสวงหาการไปกราบไหว้บูชาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะเป็นมงคลแก่ชีวิต ดังนั้นศรสะเกษสามารถใช้ประโยชน์จากการมีวัด มีพระพุทธรูป มีรูปปั้นเกจิอาจารย์ผู้ล่วงลับ และเกจิอาจารย์ ชื่อดังที่ยังคงมีชีวิตอยู่ พัฒนา 5) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

การพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทต่างๆเหล่านี้ ด้วยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่อย่างหลากหลาย ศรีสะเกษจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนศรีสะเกษได้มากขึ้น โดยที่จะต้องมีการมีแผนยุทธศาสตร์ทางการตลาดและการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวของประเทศไทยกระจุกตัวอยู่เพียง 22 จังหวัดเท่านั้น ทั้งนี้เพราะหลายจังหวัดไม่ได้มีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และบางจังหวัด ไม่มีการตลาดและการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ดังนั้น ถ้าศรีสะเกษต้องการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยว ก็ต้องมียุทธศาสตร์การตลาดและการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

นอกเหนือจากการแสวงหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษแล้ว ผู้ทวิจยังให้ความสำคัญในการแสวงหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษด้วย ยุทธศาสตร์การตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอีกด้วย ดังนั้นจึงได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภาค คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาควิชาการ ผู้วิจัยสามารถประมวลยุทธศาสตร์การตลาดว่าด้วยการใช้ส่วนประสมการตลาด และยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดว่าด้วยเนื้อหาและช่องทางในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ดังต่อไปนี้

1. ด้าน Product (ผลิตภัณฑ์): ต้องพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจด้วยสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “สินค้าและบริการต่างๆที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต้องมีคุณภาพ และมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเรียนรู้” สำหรับ “สินค้าด้านการสร้างสรรค์” นั้น ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “สร้างแพ็คเกจศรีสะเกษสร้างสรรค์ ทำเวิร์คช็อปสอนนักท่องเที่ยวทำอาหารอีสาน จักสาน ทอผ้าไหม และเรียนรู้วิถีเกษตร” นอกจากสินค้าด้านการสร้างสรรค์แล้ว ผู้ให้ข้อมูลยังแนะนำให้เพิ่มเติมว่าควรจัดให้มี “แพ็คเกจศรีสะเกษอารยธรรม นำเที่ยวปราสาทขอม เรียนรู้ประวัติศาสตร์ ชมการแสดงพื้นบ้าน” และอีกสินค้าหนึ่งที่ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้พัฒนา เพื่อควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวคือ “แพ็คเกจศรีสะเกษธรรมชาติ เดินป่าดูนก ชมสวนทุเรียน และสตาร์เก็ช

2. ด้าน Price (ราคา): ต้องกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่า มีความสามารถในการจ่ายและยินดีจ่ายเท่าใด การตั้งราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ คือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ดังนั้น ผู้ประกอบการ

จะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับการมองความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าของสินค้าและบริการกับราคาที่พวกเขาต้องจ่าย (Price-Value relationship) ราคาคือปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจว่าจะไปเที่ยวที่ใด ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “กำหนดราคาแพ็คเกจท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย ตั้งแต่ระดับ Budget ถึง Luxury จัดโปรโมชั่นส่วนลดสำหรับนักท่องเที่ยวที่จองล่วงหน้ามาเป็นกลุ่มหรือเดินทางในช่วง Low Season” ดังนั้นการกำหนดราคาควรมีทั้งราคา “ปกติ” และราคา “ส่งเสริมการขาย” ที่ให้ส่วนลดค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าใช้บริการ ค่าเข้าชม ค่าเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ ราคาส่งเสริมการขายที่ผู้ให้ข้อมูลแนะนำคือ “ลดให้คนที่จองล่วงหน้า นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม ผู้สูงอายุ นักศึกษา และลูกค้าที่มาใช้บริการนอกฤดูการท่องเที่ยว” อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ราคาไม่จำเป็นต้องเป็นราคาต่ำเสมอไป เพราะมีลูกค้าระดับ High End ที่ยินดีจ่ายสำหรับสินค้าและบริการระดับ Luxury ดังนั้นควรมีแพ็คเกจสำหรับนักท่องเที่ยวระดับ High End ด้วยจะทำให้ได้รายได้เพิ่มขึ้น”

3. ด้าน Place (ช่องทางจัดจำหน่าย) เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการสั่งซื้อ จอง จ่ายเงิน จะต้องได้รับความสะดวกด้วยการติดต่อกับธุรกิจต่าง ๆ แบบ Online และควรมีการสร้าง Application สำหรับให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาและติดต่อทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้สะดวก ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ ต้องสร้างช่องทางที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงง่ายและสะดวก ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ให้บริการจองที่พัก ทัวร์ และกิจกรรมต่าง ๆ รวมมือกับบริษัทนำเที่ยว, เอเจนซีท่องเที่ยวออนไลน์ (OTA), และโรงแรมต่าง ๆ จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่เข้าถึงง่าย เช่น สนามบิน, สถานีรถไฟ, และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ” การพัฒนาดังกล่าวนี้นี้จะทำให้นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับศรีสะเกษได้ง่ายขึ้น จอง สั่งซื้อ และจ่ายเงินได้ง่ายขึ้น เป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลที่ต้องการความสะดวกจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดต่อสื่อสารและทำธุรกรรมกับธุรกิจต่าง ๆ

4. ด้าน Promotion (การส่งเสริมการตลาด): เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะต้องมีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย ทั้ง Offline และ Online โดยเน้นการเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักศรีสะเกษให้ถูกต้องมากขึ้น เกิดความชื่นชม และเกิดแรงบันดาลใจที่จะมาท่องเที่ยวที่ศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องสร้าง Content ที่น่าสนใจบน Social Media (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok) ทำยุทธศาสตร์ SEO (Search Engine Optimization) เพื่อให้เว็บไซต์ของศรีสะเกษติดอันดับต้น ๆ ในผลการค้นหา และยุคนี้ต้องใช้ Influencer Marketing ให้ผู้นำทางความคิดทั้งหลาย เช่น Blogger, Net Idols, YouTubers และ TikTokers เป็นคนแนะนำการท่องเที่ยวที่ศรีสะเกษ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ติดตาม Digital Influencers” นอกเหนือจากการส่งเสริมการตลาดด้วยการสื่อสาร Online แล้วก็ต้องมีการสื่อสาร Offline ด้วย ผู้ให้ข้อมูล

แนะนำว่า “ศรีสะเกษต้องเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ จัดกิจกรรม Roadshow เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆของศรีสะเกษ ทำป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ และแผ่นพับ แนะนำแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ”

5. ด้าน People (บุคลากร) ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและความรู้ความสามารถในการให้บริการที่ดี นอกจากนั้นแล้ว ทางด้านชุมชน จะต้องปลูกฝังทัศนคติและพฤติกรรมของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นมัคคุเทศก์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของศรีสะเกษได้อย่างถูกต้อง เป็นทูตวัฒนธรรมของศรีสะเกษที่เล่าเรื่องราวของศรีสะเกษด้วยความภาคภูมิใจ และเป็นผู้ประชาสัมพันธ์เรื่องราวของศรีสะเกษในบัญชี Social media ของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “ต้องฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของศรีสะเกษ ส่งเสริมให้พนักงานมีทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี” ความเป็นมิตรของคนศรีสะเกษ ทั้งในองค์กรธุรกิจ และการเป็นประชาชนของศรีสะเกษจะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว ทำให้พวกเขาจะกลับมาเที่ยวซ้ำ และจะเล่าประสบการณ์ที่ประทับใจเกี่ยวกับการมาเยือนศรีสะเกษในพื้นที่ Social Media ถือได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศรีสะเกษอีกทางหนึ่ง

6. ด้าน Process (กระบวนการ): จะต้องมีการออกแบบกระบวนการในการทำธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ การทำธุรกรรมต่าง ๆ จะต้องง่าย สะดวก รวดเร็ว และคงเส้นคงวา ไม่ว่าจะเป็นการได้รับบริการจากใคร ณ ที่ใด เวลาใด ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการพัฒนากระบวนการจองที่พักและทัวร์ออนไลน์ที่ใช้งานง่าย จัดเตรียมข้อมูลและเอกสารที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว สร้างระบบการจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ แก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวด้วยความรวดเร็วและเต็มใจ”การที่จะทำให้กระบวนการในการทำธุรกรรมเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับบรรยากาศ ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคลากร รวมทั้งการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวในการทำธุรกรรม Online

7. ด้าน Physical Evidence (บรรยากาศและสิ่งจับต้องได้): ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะสร้างบรรยากาศศรีสะเกษให้เป็นเมืองที่สวยงามและสะอาดตาในขณะเดียวกันต้องพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบครัน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้นักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม สร้างจุดถ่ายรูปที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยม Selfie” อันที่จริงแล้วบรรยากาศ ความสวยงามของภูมิทัศน์ และความสะอาดของเมืองเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส (The First Sight) ดังนั้นส่วนประสมดังกล่าวนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “เมืองที่ภูมิทัศน์ไม่สวย

ถนนไม่สะอาด มีกองขยะข้างทาง จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจตั้งแต่แรกพบ ดังนั้นการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะมองข้ามเรื่องนี้ไม่ได้เด็ดขาด” นอกจากความสวยงามและความสะอาดแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่จะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวคือสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ห้องน้ำสะอาด ที่จอดรถ, และ Wi-Fi ฟรี ในสถานประกอบการต่างๆ”

ในการดำเนินยุทธศาสตร์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ องค์ประกอบที่สำคัญของยุทธศาสตร์การตลาดคือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่จะเป็นการประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่างๆของศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและต้องการที่จะมาสัมผัสด้วยตนเอง ยุทธศาสตร์ของการสื่อสารจะต้องประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ด้านเนื้อหา (Message strategy) และยุทธศาสตร์ทางด้านการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่เนื้อหา (Media strategy)

สำหรับเนื้อหา (Content) ที่ต้องสื่อสารนั้น ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องมียุทธศาสตร์ในการเล่าเรื่อง (Story Telling) โดยให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของศรีสะเกษที่เป็นพื้นฐานสำหรับการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และหัดทำ” นอกจากนี้เนื้อหาที่จัดทำโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศรีสะเกษแล้ว ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนศรีสะเกษแล้ว เอาไปเล่าในพื้นที่ Social media ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยวให้พวกเขานำเสนอประสบการณ์ที่เขาได้รับจากการมาเยือนศรีสะเกษ เรื่องราวที่นักท่องเที่ยวเล่าจะมีความน่าเชื่อถือ และสร้างแรงบันดาลใจให้คนที่ได้อ่านอยากมาเที่ยวศรีสะเกษ”

สิ่งที่สำคัญในการเล่าเรื่อง ก็คือ ต้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ว่าศรีสะเกษมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็น “เอกลักษณ์ (Uniqueness)” แตกต่างจากที่อื่น ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “จุดเด่นของศรีสะเกษที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น สื่อสารให้นักท่องเที่ยวมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษ เช่น การเรียนรู้ การพัฒนาตนเอง และการมีส่วนร่วมกับชุมชน” การเล่าเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวศรีสะเกษไม่ว่าจะมีกี่เรื่อง ก็ตอน เนื้อหาจะต้องสอดประสานไปในทางเดียวกัน ทำให้นักท่องเที่ยวมองว่าศรีสะเกษเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ และมีกิจกรรมการสร้างสรรค์ที่ทำทลายศักยภาพในการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่ทำให้พวกเขายกมือเรียนรู้มาลองทำ

สำหรับยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการสื่อสาร (Media strategy) จะต้องยึดหลักการใช้ช่องทางหลากหลาย (Omnichannel) ทั้ง Offline และ Online โดยให้ความสำคัญกับช่องทาง Online เป็นหลัก เพราะมีประสิทธิภาพสูงกว่าและใช้งบประมาณน้อยกว่า ผู้ให้ข้อมูลแนะนำการใช้สื่อ Online ดังนี้ “สร้างเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและน่าสนใจ ใช้ Social Media ทุก Platform

โดยสร้าง Content ที่น่าสนใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการสนทนาพูดคุยซักถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน”

ในยุคนี้มีผู้คนจำนวนมากประสบความสำเร็จในการเป็น Digital content creator บุคคลเหล่านี้กลายเป็น Digital Influencer ที่เรียกขานกันว่า Net idols บ้าง YouTubers บ้าง TikTokers บ้าง หรือ KOL (Key opinion leaders) บ้าง ดังนั้นการสื่อสาร Online ต้องใช้ Influencer Marketing สร้างโอกาสในการได้เผยแพร่เรื่องราวของศรีสะเกษผ่านช่องทางของ Digital Influencer ที่มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก มีคนแบ่งปัน (Share) เป็นจำนวนมาก ทำให้การเข้าถึงของการสื่อสารมีคนได้พบเห็นเป็นจำนวนมาก และยังเป็นเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นเนื้อหาจาก Digital Influencers

การสื่อสาร Online เป็นการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่มอย่างกว้างขวางและกระจายอย่างรวดเร็วตามแนวทางของ Viral Marketing ที่ข้อความใดที่มีลักษณะเป็น Buzz คือเป็นสิ่งที่ผู้คนที่ได้พบเห็นจะไม่ยอมเห็นคนเดียว แต่จะแบ่งปัน (Share) ให้เพื่อน ๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้นการสร้างข้อความในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษนั้น ผู้ผลิตเนื้อหาจะต้องใช้ความสามารถในการสร้างสรรค์ทำการผลิตเนื้อหาให้มีลักษณะเป็น Buzz คือ เป็นเนื้อหาที่กระตุ้นให้คนที่ได้พบเห็นอดไม่ได้ที่จะต้องแบ่งปันให้คนอื่น ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ต้องทำให้น่าสนใจ ให้คนที่ได้เจอเกิดความต้องการที่จะ Share ต่อจนกลายเป็น Viral ให้คนได้เห็นเป็นแสนเป็นล้าน แบบนี้เป็นการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจำนวนมากแบบไม่ต้องเสียเงินมากมายเลยนะ”

การสื่อสารในช่องทาง Online ช่างต้น เป็นเรื่องที่ต้องมีอยู่ในแผนการประชาสัมพันธ์ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การใช้ช่องทาง Online ในการสื่อสารการตลาด นอกจากจะมีประสิทธิภาพสูงแล้ว ยังเป็นการสื่อสารการตลาดที่ใช้งบประมาณน้อยมาก ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนในการผลิต และการใช้ช่องทางที่เผยแพร่ เป็นการสื่อสารการตลาดที่สร้างโอกาสให้แก่อำเภอต่าง ๆ ที่มีงบประมาณประชาสัมพันธ์ที่จำกัด” ดังนั้น ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษต้องพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ Online

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารการตลาดในยุคนี้จะต้องเป็นการตลาดแบบบูรณาการที่จะต้องใช่วิธีการสื่อสาร (Contact Point) ที่หลากหลาย การประชาสัมพันธ์อย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ จะต้องมีการสื่อสารในรูปแบบอื่นด้วย เช่นการโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการสื่อสารโดยคนที่เคยเป็นลูกค้า ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ถ้าพอมีงบประมาณบ้าง ก็ควรมี Online Advertising โดยใช้ Google Ads และ Social Media Ads เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลากหลายกลุ่ม การโฆษณาแบบ Online ใช้งบประมาณไม่มากเท่าการโฆษณาทางสื่อมวลชน อย่างเช่นทางโทรทัศน์ ทางหนังสือพิมพ์ ทางวิทยุที่ต้องใช้งบประมาณสูงมาก

นอกจากการสื่อสารแบบ Online แล้ว การสื่อสารแบบ Offline ก็ยังคงมีความจำเป็นอยู่ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “การสื่อสาร Offline ก็ยังเป็นเรื่องที่สำคัญ อย่างเช่นการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างเช่นโบรชัวร์ แผ่นพับ และโปสเตอร์ ก็ยังใช้ได้อยู่ และใช้งบประมาณไม่มากเท่าการโฆษณาทาง สื่อสารมวลชน อย่างไรก็ตาม หากต้องการที่จะให้เกิดการสื่อสารในสื่อสารมวลชน โดยไม่ต้องใช้เงิน ซื้อเวลาและพื้นที่ ทางศรีสะเกษสามารถจัดกิจกรรมพิเศษให้เป็นข่าวได้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การส่งเสริม การท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ก็อาจจะใช้การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่นงานแสดงสินค้า การเข้าร่วมงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดขึ้น การจัดแข่งขันกีฬา การจัดประกวด การจัดคอนเสิร์ต มีการแถลงข่าวก็จะมีข่าวปรากฏในสื่อมวลชนต่างๆ และถ้าหากการจัดกิจกรรม มีความโดดเด่น แปลกใหม่ มีดาราดังๆ หรือนักการเมืองมาร่วมด้วย ก็จะได้ข่าวเป็นการประชาสัมพันธ์ ฟรี ๆ ได้อีกทางหนึ่ง”

การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ การสื่อสาร บนพื้นที่ Social Media ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนศรีสะเกษ ถ้าหากพวกเขามีความพึงพอใจกับ ประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาเยือนศรีสะเกษ พวกเขาก็จะไปเขียนชมที่เรียกว่าเป็นการ Review ให้เพื่อน ๆ ในเพจของเขาได้รับรู้ ดังนั้นชาวศรีสะเกษ ทั้งผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่รัฐ และ คนในชุมชน จะต้องร่วมมือกันสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนศรีสะเกษ เพื่อให้ได้ Review ที่ดีบนพื้นที่ Online ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ศรีสะเกษที่ดีที่สุด คือ การสื่อสารโดยนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวที่ ศรีสะเกษแล้วได้รับความพอใจ พวกเขาก็จะไปช่วยรีวิวให้ เชิญชวนให้คนอื่นมาเที่ยวศรีสะเกษตามคำแนะนำของเขา แบบนี้เป็น การประชาสัมพันธ์ฟรี ๆ ไม่มีค่าใช้จ่ายเลยนะ แค่ช่วยกันทำให้เขาพอใจ ประทับใจก็พอ” การสื่อสาร ของนักท่องเที่ยว นั้น นอกจากจะปรากฏในเพจของเจ้าตัวแล้ว ยังจะมีการแบ่งปัน (Share) อีกจำนวน มาก ทำให้ข่าวสารเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้จำนวนมากขึ้น มีความถี่สูงขึ้น

จากข้อมูลที่ได้มาสิ่งที่จะเป็นเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ คือการนำเสนอจุดแข็งด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความงามทางธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตาม ต้องเร่งรัดแก้ไขจุดอ่อนด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความสามารถทางภาษา และความเข้าใจเรื่องความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของ ของคนในท้องถิ่น ดังนั้น การวางแผนการตลาดและการสื่อสารการตลาดจะต้องทำไปพร้อมกับ การแก้ไขจุดอ่อนต่างๆ และใช้จุดแข็งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

โดยสรุป ศรีสะเกษจะต้องมีแผนการตลาดออนไลน์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น นำเสนอ กิจกรรมสร้างสรรค์ที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้และหัดทำ เพื่อให้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคน ในท้องถิ่น ราคาสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับคุณค่าของสินค้าและบริการ ราคาที่แพงและ

ราคาอาหารควรมีหลายระดับ ทั้งระดับประหยัดและระดับหรูหราเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีหลากหลาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนา Application ต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถสั่งจอง สั่งซื้อ และจ่ายเงินได้แบบ Online ที่สะดวกและรวดเร็ว ด้านการส่งเสริมการตลาด จะต้องมีการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ ใช้การสื่อสารหลากหลายรูปแบบ หลากหลายช่องทาง และควรจะทำให้มีการส่งเสริมการขายสำหรับคนที่จองล่วงหน้า คนที่มาเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวพิเศษ เช่นผู้สูงอายุ นักศึกษา และผู้มาใช้บริการ ในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย (low season)

กระบวนการในการทำธุรกรรมจะต้องง่าย สะดวก รวดเร็ว และคงเส้นคงวา ต้องมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถทำธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว แบบ Anytime, Anywhere และจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านบรรยากาศ ด้านเครื่องมือในการให้บริการ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่จะต้องมีความรู้และทักษะในการให้บริการ ได้ดีระดับสากล (World Class Service) ทางด้านบุคลากรจะต้องมีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถ ทักษะในการบริการ ทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ นอกเหนือจากบุคลากรในธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ประชาชนในศรีสะเกษเอง ก็ต้องได้รับการปลูกฝังให้เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตวัฒนธรรมของศรีสะเกษ เป็นมัคคุเทศก์ที่มีประสิทธิภาพ และเป็นผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศรีสะเกษด้วยความภาคภูมิใจ

สำหรับการสื่อสารการตลาดจะต้องเป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ใช้วิธีการหลายอย่างและเผยแพร่หลากหลายช่องทาง วิธีการจะต้องมีทั้งการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการสื่อสารโดยนักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจกับการมาเยือนศรีสะเกษ ช่องทางในการเผยแพร่จะต้องเป็นแบบ Omnichannel คือหลากหลายช่องทาง ทั้ง Online และ Offline โดยใช้การสื่อสาร Online เป็นหลัก เพราะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่า ใช้งบประมาณน้อยกว่า

ในการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษนั้น ควรจะใช้ยุทธศาสตร์ของ Content Marketing คือการตลาดที่เน้นการเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวรู้จักศรีสะเกษ ชื่นชมศรีสะเกษ เกิดแรงบันดาลใจอยากมาเยือนศรีสะเกษ นอกจากนั้นแล้ว ยังต้องใช้หลักการของ Viral Marketing คือ การโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เป็น Buzz (สิ่งที่คนเห็นแล้วอดที่จะแบ่งปันต่อไม่ได้) เพื่อให้สิ่งที่โพสต์นั้นกระจายอย่างรวดเร็วเป็น Viral เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ด้วยความถี่ที่สูงนั้น นอกจากนั้นแล้ว ยังต้องใช้ยุทธศาสตร์ของ Influencer Marketing คือ การใช้ประโยชน์จากผู้มีอิทธิพลทางความคิดบนพื้นที่ดิจิทัลได้แก่ Net Idols, YouTubers, TikTokers, KOLs ในการเป็นผู้สื่อสารเรื่องราวของการท่องเที่ยวศรีสะเกษและนำเสนอเชื่อถือและมีพลังในการสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากมาเยือนศรีสะเกษ

เพื่อความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ ต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดผ่าน Social media มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางออนไลน์ มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางทั้ง Online และ Offline

โครงการที่ควรจัดทำเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภาค คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ผู้วิจัยขอคำแนะนำจากผู้ให้ข้อมูลว่าถ้าหากจะพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษให้ได้เป็นเมืองเป้าหมายที่น่าเที่ยว ควรจะมีการจัดทำโครงการอะไรเพื่อการดำเนินการบ้าง ผู้ให้ข้อมูลได้ให้คำแนะนำที่ทำให้ผู้วิจัยประมวลเป็นโครงการได้ ดังต่อไปนี้

1. โครงการ: "ศรีสะเกษ Go Creative"

โครงการนี้ ผู้ให้ข้อมูลผู้แนะนำกล่าวว่าเป็นโครงการเพื่อ “ยกระดับเมือง สร้างสรรค์ประสบการณ์” โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 เป้าหมาย: “พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาบุคลากร” ทั้งนี้เพราะโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวในศรีสะเกษยังมีอย่างจำกัด ไม่เพียงพอที่จะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

1.2 กิจกรรมหลัก: ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน: เมื่อเป้าหมายคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกดังที่กล่าวข้างต้น ผู้ให้ข้อมูลให้รายละเอียดว่า “ต้องพัฒนาถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ห้องน้ำสาธารณะป้ายบอกทาง, ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และ Wi Fi”

1.3 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: แม้ว่าศรีสะเกษจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่เชิงวัฒนธรรม เชิงประวัติศาสตร์ และเชิงธรรมชาติอยู่เป็นจำนวนมาก แต่แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นหลายแห่งยังไม่มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ผู้ให้ข้อมูลจึงแนะนำให้ “ปรับปรุงภูมิทัศน์ สร้างจุดถ่ายรูป พัฒนา Storytelling จัดกิจกรรมและเทศกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในการมาเที่ยวศรีสะเกษ”

1.4 ส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์: เพื่อจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลจึงแนะนำให้มีการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และฝึกฝน ท่านแนะนำว่า “จัดเวิร์คช็อป ค่ายศิลปะ ตลาดนัด กิจกรรม CSR ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคมในศรีสะเกษ ที่ถือว่าเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างหนึ่ง”

1.5 พัฒนาบุคลากร: ทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยที่สำคัญในการจะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีสมรรถนะของการให้บริการระดับสากลเป็นเรื่องที่จำเป็นมาก ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “ฝึกอบรมภาษา การบริการ การจัดการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่พนักงาน เพื่อให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้เป็นเลิศในระดับ World class”

2. โครงการ: "ศรีสะเกษ Welcome"

เป็นโครงการที่ผู้ให้ข้อมูลเห็นความสำคัญในการปลูกฝังการเป็น เจ้าบ้านที่ดี สร้างความประทับใจจากใจเจ้าบ้าน

2.1 เป้าหมาย: ผู้ให้ข้อมูลบอกว่าโครงการนี้ “จะเป็นสร้างจิตสำนึกและความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี พัฒนาทักษะในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการให้นักท่องเที่ยวมีความสุขตลอดระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในศรีสะเกษ” ความประทับใจจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีก และจะเขียน Review เชิญชวนให้เพื่อนมาเยือนศรีสะเกษ

2.2 กิจกรรมหลัก: คือ การอบรมให้ความรู้แก่คนในศรีสะเกษให้เข้าใจความสำคัญของการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของคนศรีสะเกษในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยว วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น การต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว การจัดการขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม” นอกจากการอบรมแล้ว ในโครงการนี้อาจจะมีการณรงค์ด้วยการสื่อสารสาธารณะให้คนในศรีสะเกษตระหนักรู้ความสำคัญของการท่องเที่ยวในการจะสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ศรีสะเกษ สร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชนเพิ่มรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น

2.3 ประกวดเจ้าบ้านดีเด่น: เพื่อสร้างแรงจูงใจให้คนศรีสะเกษประพฤติตนเป็นเจ้าบ้านที่ดี ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “จัดประกวดเจ้าบ้านดีเด่นเพื่อสร้างแรงจูงใจและยกย่องผู้ที่มีความสามารถในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว” การจัดประกวดดังกล่าวนี้จะสร้างจิตสำนึกของการเป็นทูตวัฒนธรรมของท้องถิ่น การปฏิบัติตนเป็นเจ้าบ้านที่ดี ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ Soft Power ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชมและนิยมที่จะมาเยือนศรีสะเกษ

2.4 สร้างเครือข่าย: การจะสร้างประสบการณ์ของการท่องเที่ยวที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เอกชนผู้ประกอบการ บุคลากรผู้ให้บริการ และคนในชุมชนต้องร่วมมือกันในการสร้างความประทับใจทุกจุดสัมผัส ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลจึงแนะนำว่า “ต้องจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว”

3. โครงการ"ศรีสะเกษ Smart"

เป็นโครงการให้ความรู้แก่คนในพื้นที่ให้เรียนรู้ เข้าใจ ก้าวทันการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษมีทุนทางวัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์และทางธรรมชาติที่จะนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ แต่การจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษประสบความสำเร็จศรีสะเกษจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เพื่อกำหนดพฤติกรรมของตนเองในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

3.1 เป้าหมาย: ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงเป้าหมายของโครงการนี้ว่า “เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พัฒนาทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างโอกาสในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด”

3.2 เนื้อหาหลัก: สำหรับเนื้อหาหลักในให้ความรู้กับคนในพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “คนศรีสะเกษต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว แนวโน้มการท่องเที่ยว ผลกระทบของการท่องเที่ยว เพื่อให้เขายินดีสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวประเภทใดก็ตามที่ศรีสะเกษสามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยว”

3.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ต้องมีโครงการพัฒนาการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ และความงามธรรมชาติของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องช่วยกันกำหนดแนวคิดของการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ รูปแบบกิจกรรม ประชาชนชุมชนที่เกี่ยวข้อง การดำเนินธุรกิจจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และถ้าจะให้ดี น่าจะมีตัวอย่างความสำเร็จจากที่อื่น ๆ มาเป็นบทเรียนให้คนศรีสะเกษด้วย”

3.4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์: เมื่อมีการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกฝนแล้ว จะต้องมีการตลาดเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษจัดให้ ต้องทำการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ การใช้ Social Media การทำ Content Marketing เล่าเรื่องกิจกรรมสร้างสรรค์เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมทำกิจกรรม”

3.5 ภาษาต่างประเทศ: เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจเข้าร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์บุคลากรผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ต้องมีความชำนาญด้านภาษา ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “พนักงานที่ดูแลการจัดการกิจกรรมสร้างสรรค์ และประชาสัมพันธ์ที่จะเป็นผู้สอนนักท่องเที่ยว ต้องมีการพัฒนาทักษะด้านภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น”

3.6 เทคโนโลยีดิจิทัล: นักท่องเที่ยวในปัจจุบันค้นหาข้อมูลเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวบนดิจิทัล ดังนั้น ศรีสะเกษก็ต้องขานรับพฤติกรรมดังกล่าวนี้ ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “จะต้องการใช้แอปพลิเคชันในการติดต่อสอบถาม ในการทำธุรกรรม E-commerce การจัดการข้อมูล”

3.7 การจัดการสิ่งแวดล้อม: ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างบรรยากาศ ที่ดี สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “สถานที่ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ต้องสะอาด ปราศจากขยะ และเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยวสีเขียวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สถานประกอบการต้องมีแนวทางการประหยัดพลังงาน และถ้าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็ควรจะมีการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ”

4. โครงการ “ศรีสะเกษ Wow”

เป็นโครงการที่ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เปิดโลกประสบการณ์ สร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆที่ให้นักท่องเที่ยวรู้สึก Wow กับกิจกรรมต่างๆที่ศรีสะเกษจัดขึ้น

4.1 เป้าหมาย: ผู้ให้ข้อมูลบอกว่าโครงการดังกล่าวจะช่วย “สร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ศรีสะเกษ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว”

4.2 กิจกรรมหลัก: ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่ากิจกรรมหลักที่จะต้องทำในโครงการนี้ คือ “สร้าง Content ผลิตวิดีโอ ภาพถ่าย บทความ และ Infographic ที่น่าสนใจเกี่ยวกับศรีสะเกษ” ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้แล้วรู้สึก Wow

4.3 Social Media Marketing: เพื่อส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จัดขึ้น ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “สร้างแคมเปญบน Facebook Instagram YouTube และ TikTok ให้คนได้รู้ว่าศรีสะเกษมีกิจกรรมสร้างสรรค์อะไรบ้างที่พวกเขาอยากเข้าร่วมด้วย เนื้อหาที่เล่าจะต้องทำให้กิจกรรมสร้างสรรค์นั้นมีคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกิจกรรมของท้องถิ่น”

4.4 Influencer Marketing: ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ถ้าเป็นไปได้ ก็ควรจะมี Influencer มาสัมผัสประสบการณ์การสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ และขอให้เขาเขียนรีวิวชื่นชมกิจกรรมดังกล่าว แล้วเชิญชวนนักท่องเที่ยวคนอื่นๆเข้ามาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ในศรีสะเกษ”

4.5 Online Advertising: ถ้ามีงบประมาณ ก็ควรจะมีการโฆษณากิจกรรมสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษจัดให้นักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องมีการโฆษณา Online โดยใช้ Google Ads และ Social Media Ads เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้กิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ”

4.6 Public Relations: ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ใช้การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และความชื่นชมกิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษด้วยการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ผู้ให้ข้อมูลบอกว่า “จัดงานแถลงข่าว ให้สัมภาษณ์สื่อ และสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เพื่อให้มีเรื่องราวของกิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษอยู่ในสื่อมวลชนต่าง ๆ”

4.7 เข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยว: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการจัดมหกรรมแนะนำเรื่องการท่องเที่ยวอยู่บ่อยๆ ผลให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรเข้าร่วมมหกรรมการท่องเที่ยวที่ภาครัฐจัดขึ้นบ่อยๆ นำเสนอศรีสะเกษในงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จัดบูธ จัดทำวิดีโอแนะนำกิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยวแล้วต้องร้อง Wow”

โครงการเหล่านี้จะช่วยพัฒนาศรีสะเกษให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น ที่สำคัญ คือ ต้องมีโครงการพัฒนาและปลูกฝังการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของศรีสะเกษ มีโครงการให้ความรู้แก่คนในพื้นที่ โดยเน้นเรื่องความสำคัญของการท่องเที่ยว วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ มีโครงการด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษอย่างต่อเนื่อง มีโครงการพัฒนาและปลูกฝังการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของศรีสะเกษเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว

โดยสรุป ผู้ให้ข้อมูลแนะนำโครงการเพื่อการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษหลายโครงการ ได้แก่ โครงการ: “ศรีสะเกษ Go Creative” เพื่อยกระดับเมืองสร้างสรรค์ประสบการณ์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาบุคลากรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ปรับปรุงภูมิทัศน์ สร้างจุดถ่ายรูป พัฒนา Storytelling จัดกิจกรรมและเทศกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในการมาเที่ยวศรีสะเกษ จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และฝึกฝน พัฒนาบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีสมรรถนะของการให้บริการระดับสากลฝึกอบรมภาษา การบริการการจัดการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้เป็นเลิศในระดับ World Class

โครงการ: “ศรีสะเกษ Welcome” สร้างจิตสำนึกและความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี พัฒนาทักษะในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการให้นักท่องเที่ยวมีความสุขสบายตลอดระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในศรีสะเกษ อบรมให้คนในศรีสะเกษให้เข้าใจความสำคัญของการท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น การต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว รมรณรงค์ด้วยการสื่อสารสาธารณะให้คนในศรีสะเกษตระหนักรู้ความสำคัญของการท่องเที่ยวในการจะสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ศรีสะเกษ สร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชน เพิ่มรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น จัดประกวดเจ้าบ้านดีเด่นเพื่อสร้างแรงจูงใจและยกย่องผู้ที่มีความสามารถในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกของการเป็นทูตวัฒนธรรมของท้องถิ่น การปฏิบัติตนเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ Soft Power ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชมและนิยมที่จะมาเยือน ศรีสะเกษ

โครงการ “ศรีสะเกษ Smart” ให้ความรู้แก่คนในพื้นที่ให้เรียนรู้ เข้าใจ ก้าวทันการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษมีทุนทางวัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์ และทางธรรมชาติที่จะนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ คนในศรีสะเกษจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เพื่อกำหนดพฤติกรรมของตนเองในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ต้องมีโครงการพัฒนาการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความงามธรรมชาติของศรีสะเกษ ต้องมีการตลาดเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรม ใช้ Social Media ทำ Content Marketing เล่าเรื่องกิจกรรมสร้างสรรค์เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมทำกิจกรรม บุคลากรผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวพัฒนาทักษะด้านภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น จะต้องใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรม E-commerce ต้องสร้างบรรยากาศที่ดี สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยว

โครงการ “ศรีสะเกษ Wow” ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เปิดโลกประสบการณ์ สร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึก Wow กับกิจกรรมต่างๆที่ศรีสะเกษจัดขึ้น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ศรีสะเกษ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว สร้าง Content ด้วยการผลิตวิดีโอ ภาพถ่าย บทความ และ Infographic ที่น่าสนใจเกี่ยวกับศรีสะเกษ ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้แล้วรู้สึก Wow ใช้ Social Media Marketing: เพื่อส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จัดขึ้น ให้คนได้รู้ว่าศรีสะเกษมีกิจกรรมสร้างสรรค์อะไรบ้างที่พวกเขาอยากเข้าร่วมด้วย เนื้อหาที่เล่าจะต้องทำให้กิจกรรมสร้างสรรค์นั้นมีคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกิจกรรมของที่ไหน ใช้ Influencer Marketing เชิญ Influencer มาสัมผัสประสบการณ์การสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ และขอให้เขาเขียนรีวิวชื่นชมกิจกรรมดังกล่าว ทำ Online Advertising โฆษณากิจกรรมสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษจัดให้แก่ นักท่องเที่ยว โดยใช้ Google Ads และ Social Media Ads เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างการรับรู้ และความชื่นชมกิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษด้วยการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จัดงาน แลกของขวัญ ให้สัมภาษณ์สื่อและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เข้าร่วมมหกรรมการท่องเที่ยวที่ภาครัฐจัดขึ้น นำเสนอศรีสะเกษในงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้คำถามการวิจัยแก่ผู้ให้ข้อมูลว่านอกเหนือจากการตอบคำถามเกี่ยวกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษทั้ง 9 ข้อแล้ว ผู้ให้ข้อมูลอะไรเพิ่มเติมนอกเหนือจากการตอบคำถาม 9 ข้อข้างต้นหรือไม่ จากข้อมูลที่ผู้ให้ข้อมูลให้มา ผู้วิจัยสามารถประมวลข้อแนะนำได้ดังต่อไปนี้

1. การสร้างแบรนด์ (Branding) ที่แข็งแกร่ง:

ผู้ให้ข้อมูลและนำว่า เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ จะต้องมีการทำการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (Brand Marketing) ผู้ให้ข้อมูลบอกว่า “กำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ที่ชัดเจน เช่น ศรีสะเกษ: เมืองแห่งวัฒนธรรมอีสานใต้ที่มีชีวิตชีวา”

ผู้ให้ข้อมูลยังแนะนำอีกว่า “ต้องพัฒนา Storytelling ที่น่าสนใจเกี่ยวกับศรีสะเกษ โดยเน้นเรื่องราวของคน, วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และและธรรมชาติ”

เพื่อสร้างอัตลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำ ผู้ให้ข้อมูลและนำว่า “ต้องออกแบบ Logo และ Visual Identity ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ เช่นดอกคำฝอย อุทยานเขาพระวิหาร ที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ”

2. การพัฒนาสินค้าและบริการ (Product Development) ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว:

เพื่อตอกย้ำความเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมผสมไทย-เขมรที่โดดเด่นกว่าพื้นที่ใด ๆ ในประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ศรีสะเกษ “สร้างสรรค์กิจกรรมที่ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับความทันสมัย เช่น การนำเสนออาหารพื้นเมืองในรูปแบบ Fine Dining ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยการปรับปรุงแบบการนำเสนอที่ดู Luxury ในร้านอาหารหรู”

พัฒนาสินค้าที่ระลึก (Souvenir) ที่มีคุณภาพและอยู่บนฐานวัฒนธรรม แล้วใช้กลยุทธ์ Storytelling สร้างความน่าสนใจ สร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากซื้อ อยากหัดทำ “ควรพัฒนาสินค้า CPOT (Cultural Product of Thailand) ที่ทำมาจากสินค้าวัฒนธรรมของศรีสะเกษ เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนภูเขาไฟ และอาหารจากหอมแดง”

ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ศรีสะเกษใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ และทางธรรมชาติสร้างเส้นทางท่องเที่ยว (Tourism Route) ที่มีความหลากหลาย ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “สร้างเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรม เส้นทางธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เส้นทางท่องเที่ยวไปยังโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ ไปชมปราสาทต่าง ๆ และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไปกินอาหาร และไปหัดทำอาหารพื้นเมืองที่ทำจากวัตถุดิบที่เป็นพืชเศรษฐกิจของศรีสะเกษอย่างเช่นทุเรียนภูเขาไฟ และหอมแดง เป็นต้น”

3. การใช้เทคโนโลยี (Technology) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ:

ในยุคดิจิทัล ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “พัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ระบบนำทาง และระบบจอง”

ในการวางแผนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำ “ใช้ Big Data เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว แล้ววางแผนการพัฒนาและการส่งเสริมการตลาดบนฐานข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ Big Data”

ใช้ AI (Artificial Intelligence) เพื่อพัฒนา Chatbot ที่สามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างละเอียด ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “เพื่อประสิทธิภาพของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสามารถป้อนฐานข้อมูล (Database) ของนักท่องเที่ยวให้ AI แนะนำว่าจะดูแลลูกค้าแต่ละรายให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างไร”

4. การสร้างความร่วมมือ (Collaboration) กับภาคส่วนต่างๆ:

ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ภาครัฐ ต้องสนับสนุนงบประมาณ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และกำหนดกฎระเบียบต่างๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวของศรีสะเกษเป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คุ้มครองพื้นที่ คุ้มครองผู้ประกอบการ และคุ้มครองนักท่องเที่ยว”

ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ภาคเอกชนต้องพัฒนาสินค้าและบริการบนฐานวัฒนธรรม ทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และต้องพร้อมที่จะลงทุนทำธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว”

ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า ภาคชุมชน ต้องช่วยกันดำรงรักษาวัฒนธรรม สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน, และมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตวัฒนธรรมของท้องถิ่น”

ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “สถาบันการศึกษาต้องวิจัยเพื่อแสวงหานวัตกรรมการท่องเที่ยว และให้คำแนะนำในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ฝึกอบรมบุคลากรในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากล และให้คำปรึกษาในการดำเนินการ

5. การวัดผลและประเมินผล (Measurement and Evaluation) อย่างสม่ำเสมอ:

ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องมีการวัดผลและประเมินผลเป็นระยะ โดยกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) ที่ชัดเจน เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม”

ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรจัดเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) อย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและกำหนดสิ่งที่จะต้องทำเพื่อการปรับปรุงและแก้ไข”

การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการสร้างประสบการณ์ (Experience) ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษจึงต้องมุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า น่าจดจำ และมีความหมาย มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางดิจิทัล มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีโครงการพัฒนาและปลูกฝังการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของศรีสะเกษ มีโครงการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เน้นเรื่องวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และการอนุรักษ์เพื่อความยั่งยืน

บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

บทนำ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ” เกิดขึ้นจากการตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมเมืองรองให้เป็นเมืองน่าเที่ยว และการปรับเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมจากการไป “ดูและเรียนรู้” มาเป็นการไปเที่ยวเพื่อไป “ทำอะไรบางอย่างด้วยการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่” จากนโยบายของรัฐบาลและจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นโอกาสให้จังหวัดที่เป็นเมืองรองสามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศรีสะเกษเป็นจังหวัดหนึ่งที่เป็นเมืองรอง และมีทุนทางวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ และความงามทางธรรมชาติที่จะเป็นศักยภาพให้ศรีสะเกษพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และทำการส่งเสริมให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์และทางความงามทางธรรมชาติในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำถามสำหรับการทำวิจัย

1. จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพที่จะเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้หรือไม่
2. การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดศรีสะเกษควรดำเนินการอย่างไร
3. การส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จังหวัดศรีสะเกษควรดำเนินการอย่างไร
4. นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศรีสะเกษมีการท่องเที่ยวประเภทอะไรบ้างที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของศรีสะเกษ ในการที่จะเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. เพื่อแสวงหาแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับ จังหวัดศรีสะเกษ

3. เพื่อแสวงหาแนวทางในการส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรม สร้างสรรค์ที่จังหวัดศรีสะเกษ

4. เพื่อกำหนดการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะ ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ ของการมาเยือนศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยว

ระเบียบวิธีวิจัย

1. วิธีวิจัย: การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญที่มี ส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของ ศรีสะเกษ

2. ประชากรผู้ให้ข้อมูล ประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญ 4 ภาค คือ

2.1 ภาครัฐ: ข้าราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ 3 คน

2.2 ภาคเอกชน: ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว 3 คน

2.3 ภาคชุมชน: ผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น 3 คน

2.4 ภาควิชาการ: อาจารย์ผู้สอนในสาขาต่างๆดังนี้

2.4.1 สาขาการท่องเที่ยว 3 คน

2.4.2 สาขาด้านการตลาด 3 คน

2.4.3 สาขาด้านสื่อสารการตลาด 3 คน

3. เครื่องมือการวิจัย เป็นคำถามกึ่งโครงสร้างเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ ที่ให้ข้อมูล 10 ข้อดังนี้

3.1 จังหวัดศรีสะเกษมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นท้องถิ่นท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านอาหารได้ หรือไม่เพียงใด

3.2 แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้จังหวัดศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นเช่นไร และภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน กรมชุมชน ภาควิชาการควรร่วมมือกันวางแผนแบบบูรณาการอย่างไร

3.3 จุดแข็งและจุดอ่อนของจังหวัดศรีสะเกษในการจะเป็นเมืองเป้าหมายของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นเช่นไร

3.4 โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดศรีสะเกษในการจะเป็นเมืองเป้าหมายของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นเช่นไร

3.5 แนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อให้จังหวัดศรีสะเกษ เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นเช่นไร

3.6 ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษที่ควรนำมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษมีอะไรบ้าง

3.7 ศรีสะเกษมีทรัพยากรการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่สามารถนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์การมาเยือนจังหวัดศรีสะเกษให้นักท่องเที่ยว

3.8 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษควรเป็นเช่นไร

3.9 ควรมีโครงการอะไรบ้างสำหรับการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ

3.10 มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามที่กล่าวมาบ้าง

4. วิธีเก็บข้อมูล

เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยวิธีการ 3 วิธีตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล คือ

4.1 สัมภาษณ์ซึ่งหน้า (Face-to-Face Interview)

4.2 สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Phone Interview)

4.3 สัมภาษณ์ทางไลน์ (Line Interview)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจะมีการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดจัดเป็นหมวดหมู่ตามคำถามที่กำหนดไว้ ข้างต้น เพื่อนำมากำหนด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของจังหวัดศรีสะเกษในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษ และจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดศรีสะเกษตามหลักการของ TOWS Matrix กล่าวคือ 1) SO (Strength and Opportunities) ยุทธศาสตร์เชิงรุกด้วยการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในบริบทของโอกาส 2) ST (Strengths and Threat) การป้องกันด้วยการใช้จุดแข็งไม่ให้เกิดการดำเนินงานต้องเผชิญกับอุปสรรค 3) WO (Weaknesses and Opportunities) ยุทธศาสตร์การแก้ไขจุดอ่อนเพื่อให้สามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของอุปสรรค และ 4) WT (Weaknesses and Threats) ยุทธศาสตร์เชิงรับด้วยการเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับอุปสรรคในขณะที่ต้องถอยยังมี

ผลการวิจัย

1. ศักยภาพของจังหวัดศรีสะเกษในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ศรีสะเกษมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีงานเทศกาล

มีการแสดงทางวัฒนธรรม มีการทำอาหารพื้นเมือง มีกิจกรรมด้านหัตถกรรม มีวิถีชีวิตชุมชนที่สามารถเป็นพื้นฐานในการสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ด้านต่างๆที่จะใช้เป็นจุดขายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจและจะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้ครบครันโดยที่คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์และปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมเรียนรู้กิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆที่มีการจัดขึ้น

ศรีสะเกษมีทรัพยากรที่พร้อมสำหรับการพัฒนาเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หากได้รับการสนับสนุนอย่างเหมาะสมจากทุกภาคส่วนก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจชุมชนและส่งเสริมภาพลักษณ์ของจังหวัดในระดับประเทศและระดับสากลได้อย่างแน่นอน ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษจะต้องเป็นการทำงานแบบบูรณาการด้วยความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ เอกชนภาคชุมชนและภาควิชาการเพื่อช่วยให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกิดผลอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษที่มีเป้าหมายสู่ความยั่งยืนตามหลัก SDG (Sustainable Development Goal)

2. แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องเป็นการพัฒนาและส่งเสริมแบบบูรณาการที่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการจะต้องรวมพลังในการทำงานร่วมกันอย่างมีเอกภาพ ภาครัฐมีหน้าที่ด้านนโยบาย งบประมาณ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการตลาดเพื่อการส่งเสริม ภาคเอกชนมีหน้าที่ในการลงทุน พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากล ทำการตลาดเพื่อการสร้างตราสินค้าให้ศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ IN ภาคชุมชนต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การร่วมตัดสินใจ การดำเนินการไปจนถึงการตรวจสอบและประเมินผล มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทูตวัฒนธรรม ภาควิชาการจะต้องมีส่วนร่วมในการทำวิจัย และให้คำแนะนำในการใช้เทคโนโลยีพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวให้ศรีสะเกษ จัดการฝึกอบรมคนในพื้นที่ให้เป็นบุคลากรที่ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล เสนอแนะการสร้างเครือข่ายกับพันธมิตรยุทธศาสตร์เพื่อความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

การพัฒนาการท่องเที่ยวของศรีสะเกษจะประสบความสำเร็จได้จะต้องเป็นการพัฒนาบนฐานปรัชญาความยั่งยืนที่สหประชาชาติกำหนดไว้เป็นวาระแห่งโลกตาม Agenda 2030 โดยจะต้องให้ความสำคัญในการดำรงรักษาความยั่งยืนทั้ง 3 ด้าน คือด้านเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นธรรม ด้านสังคมและวัฒนธรรม ที่จะต้องเน้นความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมให้ปราศจาก

อาชญากรรมและโรคระบาด มีการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสระเกษ และด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยการท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายคุณภาพสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ โดยที่ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวจะสำเร็จได้ จะต้องเป็นการพัฒนาด้วยหลักการของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน โดยให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนท การตัดสินใจใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่น การเป็นผู้ประกอบการ การเป็นผู้ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี การเป็นทูตวัฒนธรรม การร่วมมืออนุรักษ์วัฒนธรรม การเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของศรีสะเกษ และการเป็นผู้ฝึกสอนนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ในฐานะปราชญ์ชุมชนที่จะปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และเป็นผู้ดำเนินการอนุรักษ์และสืบสานกิจกรรมด้านการสร้างสรรค์ของชุมชน และท้ายที่สุดจะต้องเป็นผู้เฝ้าระวัง ตรวจสอบ และวัดผลการดำเนินการท่องเที่ยวว่ามีผลกระทบกับพื้นที่อย่างไร ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

3. จุดแข็งและจุดอ่อนของศรีสะเกษในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จุดแข็ง ศรีสะเกษมีจุดแข็งทางด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความงามธรรมชาติที่สามารถใช้เป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนศรีสะเกษได้ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี งานเทศกาล ของชนเผ่าต่างๆที่อาศัยอยู่ในศรีสะเกษเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินยุทธศาสตร์ Soft Power ของ ศรีสะเกษได้เป็นอย่างดี ถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในศรีสะเกษอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก็จะสามารถทำให้ศรีสะเกษเป็นเมืองน่าเที่ยว เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวได้

จุดอ่อน ที่โครงสร้างพื้นฐานและอำนวยความสะดวกอื่นๆที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวมีอยู่อย่างจำกัด ความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการแก้ไขเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับรู้และชื่นชมทรัพยากรการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ คนในพื้นที่จำนวนหนึ่งยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ทำให้พวกเขาไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ

4. โอกาสและอุปสรรคของศรีสะเกษในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โอกาส การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สนับสนุนโดย UNESCO นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองให้เป็นเมืองน่าเที่ยวโดยเป็นพันธมิตรกับเมืองหลัก ทางศรีสะเกษ

ขานรับนโยบายดังกล่าวโดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษที่ชัดเจน ศรีสะเกษมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สร้างโอกาสในการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และเชิงการสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

อุปสรรค งบประมาณไม่เพียงพอส่งผลให้ไม่สามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นอุปสรรคในการจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ และยังต้องเผชิญกับการที่นักท่องเที่ยวอาจจะนำเอาประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจไปเล่าในพื้นที่ Social Media ที่จะเป็อุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ นอกจากนั้นแล้ว ศรีสะเกษยังต้องเผชิญกับการแข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียงที่มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับศรีสะเกษ แต่มีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีกว่าอย่างเช่นบุรีรัมย์ที่มีวัฒนธรรมไทย-เขมร เช่นเดียวกับศรีสะเกษ นอกจากจะต้องแข่งขันกับจังหวัดที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันแล้ว ศรีสะเกษยังต้องแข่งขันกับจังหวัดที่มีตำนานยาวนาน อย่างเช่นอุดร หนองคาย บึงกาฬ และนครพนม ทั้งนี้เพราะเวลานี้การท่องเที่ยวสายมูกำลังมาแรง และการบูชาพญานาคก็เป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวสายมูที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในขณะนี้ อุปสรรคที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการและบุคลากรยังไม่ดีพอที่จะรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวดิจิทัล

5. สิ่งที่ต้องพัฒนาเพื่อให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของศรีสะเกษยังต้องมีการพัฒนาอีกมาก

5.1 ด้าน Accessibility (การเข้าถึง) ยังต้องอาศัยรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง และเมื่อท่องเที่ยวอยู่ในศรีสะเกษ นักท่องเที่ยวยังไม่ได้ความสะดวกสบายเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ในระยะยาวด้วย ควรผลักดันให้สร้างสนามบินศรีสะเกษ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ และต่างประเทศ”

5.2 ด้าน Accommodation (ที่พัก) ที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กและรีสอร์ทระดับกลาง มีจำนวนจำกัดและอาจไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล ควรสนับสนุนให้ชุมชนเปิดบ้านพักโฮมสเตย์นำเสนอประสบการณ์วิถีชีวิตท้องถิ่น ต้องพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อให้ได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเป็นที่พักคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการจะเลือกเข้าพัก สร้างมาตรฐานและให้ได้รับการรับรองว่าเป็นที่พักที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ควรจะมีที่พักแบบสร้างสรรค์ที่มีธีมพิเศษที่สะท้อนงานศิลปะ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของศรีสะเกษ

5.3 ด้าน Attraction (แหล่งท่องเที่ยว) ศรีสะเกษมีแหล่งท่องเที่ยวหลักคือปราสาทขอม ผาพญาภูบรี สวนทุเรียนภูเขาไฟ และเทศกาลต่างๆ ที่ควรมีการสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยนำเสนอเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวให้มีชีวิตชีวา น่าสนใจ และ

เชื่อมโยงกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ต้องมีการพัฒนากิจกรรมพิเศษหลากหลายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ควรสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมผสม ไทย-เขมร ให้นักท่องเที่ยวได้สวมบทบาทนักสำรวจ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของศรีสะเกษที่เป็นพื้นที่วัฒนธรรมผสม ไทย-เขมร ผ่านการเล่นเกมและชมการแสดง

5.4 ด้าน Activities (กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว) กิจกรรมการท่องเที่ยวศรีสะเกษในปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเชิงธรรมชาติ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวศรีสะเกษต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมบางอย่าง เช่น หัดทำอาหารพื้นเมือง การจักสาน การทำผ้ามัดย้อม การแกะสลัก และเรียนดนตรีพื้นบ้าน เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้หัดทำอะไรบางอย่าง และได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่เป็นปราชญ์ท้องถิ่น ควรจัดค่ายศิลปะ การประกวดภาพถ่าย การแข่งขันทำอาหาร เปิดตลาดนัดจำหน่ายสินค้าทำด้วยมือ ออกแบบกิจกรรม CSR ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในรูปแบบต่างๆ ที่มีคุณค่าทางสังคม

5.5 ด้าน Ancillaries (สิ่งอำนวยความสะดวก) ต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ต้องติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน พัฒนาห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดและเพียงพอ จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และเพื่อความทันสมัยในการดำเนินธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวจะต้องมีการใช้ประโยชน์จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล ต้องสร้างแอปพลิเคชันที่รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ร้านอาหาร ที่พัก และกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหา ติดต่อสอบถาม และทำธุรกรรมต่างๆ ได้โดยสะดวกตามยุคดิจิทัล ต้องมีการพัฒนาจุดถ่ายรูป (Selfie) ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพสวยๆ ของศรีสะเกษไปเล่าในพื้นที่ Social Media เพื่อให้เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวศรีสะเกษได้อีกทางหนึ่ง

5.6 ด้าน Amenities (สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษ) สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษต้องเน้นด้านนันทนาการ ได้แก่ สถานบันเทิง ชีวิตยามค่ำคืน ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม แหล่ง Shopping ต้องมีโครงการส่งเสริมการลงทุนการทำธุรกิจที่จะเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของการมาเยือนศรีสะเกษ ร้านอาหารต้องพัฒนาเมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เป็นอาหารประจำจังหวัด การตกแต่งร้านต้องสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ ” เพื่อให้ชีวิตยามค่ำคืนมีสีสัน ควรจัดให้มีตลาดดนตรีพื้นบ้าน การแสดงศิลปะ มีตลาดกลางคืน และกิจกรรมอื่นๆ ที่สร้างความบันเทิงและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว

5.7 ด้าน Authenticity (ความเป็นของแท้) รักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนให้คงอยู่

5.8 ด้าน Atmosphere (บรรยากาศ) ก็ต้องได้รับการพัฒนา ด้านความสะอาด ความสวยงาม การกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพของบรรยากาศที่ปราศจากมลพิษ รวมทั้งเรื่อง

ภาพลักษณ์ชื่อเสียงด้านความปลอดภัยของศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า ความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองที่ไม่มีปัญหาโจรผู้ร้าย การฉกชิงวิ่งราว

5.9 ด้าน Alliance (การมีพันธมิตร) เพื่อเพิ่มพลังในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมีเยือนศรีสะเกษ ความร่วมมือเป็นพันธมิตรกับจังหวัดข้างเคียงอย่างอุบลราชธานี บุรีรัมย์ ตลอดจนการเชื่อมสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านอย่างกัมพูชา ก็ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาที่ควรทำ โดยวางแผนการตลาดส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า การมาเที่ยวศรีสะเกษจะมีโอกาสได้ไปเที่ยวอีกหลายที่ รวมทั้งไปเที่ยวต่างประเทศอย่างกัมพูชา

6. กิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

ศรีสะเกษมีกิจกรรมการสร้างสรรค์ที่หลากหลายในการจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนศรีสะเกษ เพื่อทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง เป็นประสบการณ์ของการเรียนรู้ การได้ลงมือทำ และการได้ปฏิสัมพันธ์กับปราชญ์ท้องถิ่น กิจกรรมสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษ สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ

- 6.1 การฝึกหัดทำอาหารพื้นเมืองจากวัตถุดิบในท้องถิ่น
- 6.2 การได้หัดทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานศิลปะหัตถกรรม
- 6.3 การทำกิจกรรมทางการเกษตร
- 6.4 การได้ทำกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตประจำวันของชาวบ้านในชุมชน
- 6.5 การได้ชมและร่วมกิจกรรมในงานประเพณีและงานเทศกาลต่างๆของศรีสะเกษ

7. ทรัพยากรการท่องเที่ยวในการนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ของศรีสะเกษ

สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่นำเสนอการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อีกหลายประเภท คือ

7.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะศรีสะเกษมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรมผสมไทย-เขมร ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มีทั้งการเรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของชาวบ้าน และการร่วมงานเทศกาลต่างๆ

7.2 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพราะศรีสะเกษเป็นเมืองที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่ยุคอาณาจักรขอมรุ่งเรือง และได้ทิ้งร่องรอยทางประวัติศาสตร์ไว้มากมายในรูปของปราสาทใหญ่น้อย ที่สะท้อนความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอมในอดีต การจัดเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ที่มาของการที่ศรีสะเกษมีวัฒนธรรมผสมไทย-เขมรในอดีตที่มีการสืบสานมาจนถึงปัจจุบัน

7.3 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความงามทางธรรมชาติ เพราะศรีสะเกษมีธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง มีอุทยาน มีเขื่อนที่เป็นโครงการเพื่อการดำรงรักษาทรัพยากรธรรมชาติตาม

แนวทางของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ทั้งความรู้ และการปลูกจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อความยั่งยืน และ

7.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้เพราะคนในศรีสะเกษมีอาชีพทำการเกษตร และนักท่องเที่ยวปัจจุบันก็สนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พวกเขาสนใจที่จะไปชมพื้นที่เพาะปลูก ไปตัดปลูก หักจัดเก็บผลผลิต และหัดทำอาหารที่ใช้ผลผลิตที่มาจากสถานที่เพาะปลูกเหล่านั้น ศรีสะเกษมีพื้นที่เพาะปลูกพืชผลที่หลากหลาย แต่พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของศรีสะเกษคือทุเรียนภูเขาไฟและหอมแดง ดังนั้นควรมีการจัดนำเที่ยวสวนทุเรียนภูเขาไฟและสวนหอมแดง และควรจัดให้มีการหัดทำอาหารต่าง ๆ ที่ใช้หอมแดงเป็นวัตถุดิบ

7.5 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ขานรับความต้องการของนักท่องเที่ยวสายบุญที่แสวงหาการไปกราบไหว้บูชาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเชื่อว่าจะเป็นมงคลแก่ชีวิต ดังนั้นศรีสะเกษสามารถใช้ประโยชน์จากการมีวัด มีพระพุทธรูป มีรูปปั้นเกจิอาจารย์ผู้ล่วงลับ และเกจิอาจารย์ชื่อดังที่ยังคงมีชีวิตอยู่พัฒนา

8. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ศรีสะเกษจะต้องมีแผนการตลาดออนไลน์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

8.1 Product พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น นำเสนอกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้และหัดทำ เพื่อให้มีโอกาสนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับคนในท้องถิ่น

8.2 Price ราคาสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับคุณค่าของสินค้าและบริการ ราคาที่พักและราคาอาหารควรมีหลายระดับ ทั้งระดับประหยัดและระดับหรูหรารับนักท่องเที่ยวที่มีหลากหลาย

8.3 Place ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวโดยมีการพัฒนา Application ต่างๆให้นักท่องเที่ยวสามารถสั่งจอง สั่งซื้อ และจ่ายเงินได้แบบ Online ที่สะดวกและรวดเร็ว

8.4 Promotion ด้านการส่งเสริมการตลาด จะต้องมีการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ ใช้การสื่อสารหลากหลายรูปแบบ หลากหลายช่องทาง และควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายสำหรับคนที่จองล่วงหน้า คนที่มาเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวพิเศษ เช่นผู้สูงอายุ นักศึกษา และผู้ที่ใช้บริการในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย (low season)

8.5 Process กระบวนการในการทำธุรกรรมจะต้องง่าย สะดวก รวดเร็ว และคงเส้นคงวา ต้องมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถทำธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว แบบ anytime, anywhere และจะต้องมีความพร้อมทั้งด้าน

บรรยากาศ ด้านเครื่องมือในการให้บริการ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่จะต้องมีความรู้และทักษะในการให้บริการได้ระดับสากล (World Class Service)

8.6 People ด้านบุคลากรจะต้องมีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะในการบริการ ทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ นอกเหนือจากบุคลากรในธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ประชาชนในศรีสะเกษเองก็ต้องได้รับการปลูกฝังให้เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตวัฒนธรรมของศรีสะเกษ เป็นมัคคุเทศก์ที่มีประสิทธิภาพ และเป็นผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศรีสะเกษด้วยความภาคภูมิใจ

8.7 Physical evidence ด้านบรรยากาศและองค์ประกอบทางกายภาพ สถานประกอบการ ความสวยงามของเมืองและสถานประกอบการจะต้องเป็นความประทับใจตั้งแต่แรกเห็น ถนน สะพาน ไฟสว่าง สะพาน สถาปัตยกรรม หอน้ำ ที่จอดรถ และผังเมืองจะต้องอำนวยความสะดวก ในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สำหรับการสื่อสารการตลาดจะต้องเป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ใช้วิธีการหลายอย่าง และเผยแพร่หลากหลายช่องทาง หลายวิธีการ

8.8 จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการสื่อสาร โดยนักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจกับการมาเยือนศรีสะเกษ

8.9 ช่องทางในการเผยแพร่จะต้องเป็นแบบ Omnichannel คือ หลากหลายของทางทั้ง Online และ Offline โดยใช้การสื่อสาร Online เป็นหลัก เพราะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่า ใช้งบประมาณน้อยกว่า

8.10 ใช้ยุทธศาสตร์ของ Content Marketing คือ การตลาดที่เน้นการเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวรู้จักศรีสะเกษ ชื่นชมศรีสะเกษ เกิดแรงบันดาลใจอยากมาเยือนศรีสะเกษ

8.11 ใช้Viral Marketing โพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เป็น Buzz (สิ่งที่คนเห็นแล้วอดที่จะแบ่งปันต่อไม่ได้) เพื่อให้สิ่งที่โพสนั้นกระจายอย่างรวดเร็วเป็น Viral เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ด้วยความถี่ที่สูงขึ้น

8.12 ใช้ยุทธศาสตร์ของ Influencer Marketing คือ การใช้ประโยชน์จากผู้มีอิทธิพลทางความคิดบนพื้นที่ดิจิทัลได้แก่ Net Idols, YouTubers, TikTokers, KOLs เป็นผู้สื่อสารเรื่องราวของการท่องเที่ยวศรีสะเกษ

8.13 ต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดผ่าน Social Media

9. โครงการที่ควรจัดทำเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

โครงการเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ
 ที่ผู้ให้ข้อมูลแนะนำ ได้แก่

9.1 โครงการ: “ศรีสะเกษ Go Creative” เพื่อยกระดับเมืองสร้างสรรค์ประสบการณ์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ยกย่องคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์

กิจกรรมใหม่ ๆ ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาบุคลากรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ปรับปรุงภูมิทัศน์ สร้างจุดถ่ายรูป พัฒนา Storytelling จัดกิจกรรมและเทศกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในการมาเที่ยว ศรีสะเกษ จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และฝึกฝน พัฒนาบุคลากรในธุรกิจ การท่องเที่ยวให้มีสมรรถนะของการให้บริการระดับสากลฝึกอบรมภาษา การบริการ การจัดการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้เป็นเลิศในระดับ World Class

9.2 โครงการ “ศรีสะเกษ Welcome” สร้างจิตสำนึกและความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี พัฒนาทักษะในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการให้นักท่องเที่ยวมีความสุขสบายตลอดระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในศรีสะเกษ อบรมให้คนในศรีสะเกษให้เข้าใจความสำคัญของการท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น การต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว รมรณรงค์ด้วยการสื่อสารสาธารณะให้คนในศรีสะเกษตระหนักรู้ความสำคัญของการท่องเที่ยวในการจะสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ศรีสะเกษ สร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชน เพิ่มรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น จัดประกวดเจ้าบ้านดีเด่นเพื่อสร้างแรงจูงใจและยกย่องผู้ที่มีความสามารถในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกของการเป็นทูตวัฒนธรรมของท้องถิ่น การปฏิบัติตนเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ Soft Power ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชมและนิยมที่จะมาเยือนศรีสะเกษ

9.3 โครงการ “ศรีสะเกษ Smart” ให้ความรู้แก่คนในพื้นที่ให้เรียนรู้ เข้าใจ ก้าวทันการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษมีทุนทางวัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์ และทางธรรมชาติที่จะนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ คนในศรีสะเกษจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เพื่อกำหนดพฤติกรรมของตนเองในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ต้องมีโครงการพัฒนาการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความงามธรรมชาติของศรีสะเกษ ต้องมีการตลาดเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรม ใช้ Social Media ทำ Content Marketing เล่าเรื่องกิจกรรมสร้างสรรค์เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมทำกิจกรรม บุคลากรผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวพัฒนาทักษะด้านภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น จะต้องใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรม E-commerce ต้องสร้างบรรยากาศที่ดี สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยว

9.4 โครงการ “ศรีสะเกษ Wow” ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เปิดโลกประสบการณ์ สร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึก Wow กับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ศรีสะเกษจัดขึ้น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ศรีสะเกษ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว สร้าง Content ด้วยการผลิตวิดีโอ ภาพถ่าย บทความ และ Infographic ที่น่าสนใจเกี่ยวกับศรีสะเกษ ให้นักท่องเที่ยว

ได้รับรู้แล้วรู้สึก Wow ใช้ Social Media Marketing เพื่อส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จัดขึ้น ให้คนได้รู้ว่าศรีสะเกษมีกิจกรรมสร้างสรรค์อะไรบ้างที่พวกเขาอยากเข้าร่วมด้วย เนื้อหาที่เล่าจะต้องทำให้กิจกรรมสร้างสรรค์นั้นมีคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกิจกรรมของผู้อื่น ใช้ Influencer Marketing เชิญ Influencer มาสัมผัสประสบการณ์การสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ และขอให้เขาเขียนรีวิวชื่นชมกิจกรรมดังกล่าว ทำ Online Advertising โฆษณากิจกรรมสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษจัดให้แก่นักท่องเที่ยว โดยใช้ Google Ads และ Social Media Ads เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างการรับรู้และความชื่นชมกิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษด้วยการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จัดงานแถลงข่าว ให้สัมภาษณ์สื่อ และสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เข้าร่วมมหกรรมการท่องเที่ยวที่ภาครัฐจัดขึ้น นำเสนอศรีสะเกษในงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

10. ข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

10.1 การสร้างแบรนด์ (Branding) ที่แข็งแกร่ง เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ จะต้องมีการทำการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (Brand Marketing) กำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ที่ชัดเจน เช่น “ศรีสะเกษ: เมืองแห่งวัฒนธรรมอีสานใต้ที่มีชีวิตชีวา ต้องพัฒนา Storytelling ที่น่าสนใจเกี่ยวกับศรีสะเกษ โดยเน้นเรื่องราวของคน, วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และและธรรมชาติ ต้องออกแบบ Logo และ Visual Identity ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ”

10.2 การพัฒนาสินค้าและบริการ (Product Development) ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว เพื่อต่อยอดความเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมผสมไทย-เขมรที่โดดเด่นกว่าพื้นที่ใด ๆ ในประเทศไทย สร้างสรรค์กิจกรรมที่ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับความทันสมัย เช่น การนำเสนออาหารพื้นเมืองในรูปแบบ Fine Dining ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยการปรับรูปแบบการนำเสนอที่ดู Luxury ในร้านอาหารหรู พัฒนาสินค้าที่ระลึก (Souvenir) ที่มีคุณภาพและอยู่บนฐานวัฒนธรรมแล้วใช้กลยุทธ์ Storytelling สร้างความน่าสนใจ สร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากซื้อ อยากหัตทำ “ควรพัฒนาสินค้า CPOT (Cultural Product of Thailand) ที่ทำมาจากสินค้าวัฒนธรรมของศรีสะเกษ เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนภูเขาไฟ และอาหารจากหอมแดง

10.3 การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์ และทางธรรมชาติ สร้างเส้นทางท่องเที่ยว (Tourism Route) ที่มีความหลากหลาย ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “สร้างเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรม เส้นทางธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เส้นทางท่องเที่ยวไปยังโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ ไปชมปราสาทต่างๆ และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไปกินอาหาร และไปหัตทำอาหารพื้นเมืองที่ทำจากวัตถุดิบที่เป็นพืชเศรษฐกิจของศรีสะเกษ ตัวอย่างเช่น ทุเรียนภูเขาไฟ และหอมแดง เป็นต้น”

10.4 การใช้เทคโนโลยี (Technology) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ: พัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ระบบนำทาง และระบบจอง ใช้ Big Data เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว แล้ววางแผนการพัฒนาและการส่งเสริมการตลาดบนฐานข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ Big Data” ใช้ AI (Artificial Intelligence) เพื่อพัฒนา Chatbot ที่สามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างละเอียด ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “เพื่อประสิทธิภาพของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสามารถป้อนฐานข้อมูล (Database) ของนักท่องเที่ยวให้ AI แนะนำว่าจะดูแลลูกค้าแต่ละรายให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างไร”

10.5 การสร้างความร่วมมือ (Collaboration) กับภาคส่วนต่าง ๆ: ภาครัฐต้องสนับสนุนงบประมาณ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวของศรีสะเกษเป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คุ่มครองพื้นที่ คุ่มครองผู้ประกอบการ และคุ่มครองนักท่องเที่ยว ภาคเอกชนต้องพัฒนาสินค้าและบริการบนฐานวัฒนธรรม ทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และต้องพร้อมที่จะการลงทุนทำธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ภาคชุมชนต้องช่วยกันดำรงรักษาวัฒนธรรม สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน, และมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตวัฒนธรรมของท้องถิ่น” สถาบันการศึกษาต้องวิจัยเพื่อแสวงหานวัตกรรมการท่องเที่ยวและให้คำแนะนำในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ฝึกอบรมบุคลากรในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากล และให้คำปรึกษาในการดำเนินการ

10.6 การวัดผลและประเมินผล (Measurement and Evaluation) อย่างสม่ำเสมอ ต้องมีการวัดผลและประเมินผลเป็นระยะ โดยกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) ที่ชัดเจน เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควรจัดเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) อย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและกำหนดสิ่งที่ต้องทำเพื่อการปรับปรุงและแก้ไข

การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการสร้างประสบการณ์ (Experience) ที่น่าประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษจึงต้องมุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า น่าจดจำ และมีความหมาย มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางดิจิทัล มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีโครงการพัฒนาและปลูกฝังการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของศรีสะเกษ มีโครงการให้ความรู้แก่คนในพื้นที่ที่เน้นเรื่องวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และการอนุรักษ์เพื่อความยั่งยืน

อภิปรายผล

ด้านศักยภาพ

ศรีสะเกษมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่โดดเด่น เช่น ชาวเขมร ลาว และกวย ซึ่งสะท้อนถึงประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของจังหวัด นอกจากนี้ ยังมีงานเทศกาลและการแสดงทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น เทศกาลดอกคำวนวน และ การแสดงพื้นบ้านที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น รวมถึงอาหารพื้นเมืองที่มีรสชาติและกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ลาบเทา และแกงเห็ดเผาะ

ศรีสะเกษมีกิจกรรมด้านหัตถกรรม เช่น การทอผ้าไหม และการทำเครื่องจักสาน รวมถึงวิถีชีวิตชุมชนในพื้นที่ชนบท สามารถนำมาสร้างกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างหลากหลาย เช่น การเรียนรู้การทำอาหารพื้นเมือง การฝึกทอผ้า หรือการเข้าร่วมกิจกรรมชุมชนแบบใกล้ชิด สิ่งเหล่านี้สามารถใช้เป็นจุดขายสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ

ศรีสะเกษมีทรัพยากรที่พร้อมสำหรับการพัฒนาเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น หากได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน เช่น ภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาควิชาการ จังหวัดจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ การดำเนินงานจะต้องเป็นแบบบูรณาการ โดยเน้นความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดผลอย่างยั่งยืนตามหลัก SDG (Sustainable Development Goal) ลดความเหลื่อมล้ำในชุมชน การส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติควบคู่ไปกับการพัฒนา

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

การพัฒนาและส่งเสริมให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้องดำเนินงานในลักษณะบูรณาการ โดยความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ซึ่งแต่ละภาคส่วนมีบทบาทสำคัญที่แตกต่างกัน ดังนี้:

ภาครัฐ: มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย จัดสรรงบประมาณ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน การขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการทำตลาดเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของจังหวัด

ภาคเอกชน: รับผิดชอบการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมท่องเที่ยว โดยเน้นพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมของศรีสะเกษ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะที่ได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งสร้างตราสินค้าให้ศรีสะเกษโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยว

ภาคชุมชน: มีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน ไปจนถึงการประเมินผล โดยชุมชนต้องช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น คุณภาพสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงทำหน้าที่เป็น "ทูตวัฒนธรรม" ที่ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

ภาควิชาการ: สนับสนุนด้วยงานวิจัยและคำแนะนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมคนในพื้นที่ให้มีความสามารถด้านบริการที่ได้มาตรฐานสากล และช่วยสร้างเครือข่ายพันธมิตรยุทธศาสตร์เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของการท่องเที่ยวในจังหวัด

การพัฒนาบนฐานปรัชญาความยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษควรยึดหลักปรัชญาความยั่งยืนตาม Agenda 2030 ของสหประชาชาติ ซึ่งครอบคลุม 3 มิติสำคัญ ได้แก่:

ด้านเศรษฐกิจ: เน้นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิต และการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจกับความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่

ด้านสังคมและวัฒนธรรม: ส่งเสริมความสงบเรียบร้อยในสังคม ปกป้องอาชญากรรมและโรคระบาด อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและชาติพันธุ์ที่หลากหลาย เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ

ด้านสิ่งแวดล้อม: รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยหลีกเลี่ยงกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน

การพัฒนาด้วยหลักการของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

หนึ่งในแนวทางสำคัญคือการใช้หลัก การท่องเที่ยวบนฐานชุมชน (Community-Based Tourism) ซึ่งเน้นให้สมาชิกในชุมชนมีบทบาทสำคัญในทุกขั้นตอน ได้แก่การมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนและตัดสินใจใช้ทรัพยากร การเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล การทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตวัฒนธรรมที่ดี เป็นผู้ฝึกสอนนักท่องเที่ยวในกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น การเรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้านหรืออาหารพื้นเมือง ฝักระวัง ตรวจสอบ และประเมินผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

จุดแข็งและจุดอ่อนของศรีสะเกษในการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จุดแข็ง ศรีสะเกษมีจุดแข็งที่โดดเด่นในด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความงามธรรมชาติ ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญสำหรับการดึงดูดนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี และงานเทศกาลของชนเผ่าต่าง ๆ เช่น ลาว เขมร ส่วย (กูย) และเยอ ที่สะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่ นอกจากนี้ ศรีสะเกษยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น ปราสาทขอมโบราณ และผลผลิตทางการเกษตรที่มีชื่อเสียง เช่น ทุเรียนภูเขาไฟ ซึ่งสามารถนำมาใช้

ในการดำเนินยุทธศาสตร์ Soft Power เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากมีการประชาสัมพันธ์ทรัพยากรเหล่านี้อย่างเหมาะสม เช่น การสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของพื้นที่ รวมถึงการจัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จังหวัดศรีสะเกษจะสามารถเพิ่มความน่าสนใจและกลายเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

จุดอ่อน ศรีสะเกษยังมีจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไขเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ได้แก่:

1. โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก: มีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เช่น การขาดระบบขนส่งที่สะดวก หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
2. ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ: คนในพื้นที่ยังขาดทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจำกัดโอกาสในการสร้างความประทับใจ
3. การตระหนักรู้ของคนในชุมชน: คนในพื้นที่บางส่วนยังไม่เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ทำให้ไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ

โอกาสและอุปสรรคของศรีสะเกษในการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. โอกาส การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: UNESCO สนับสนุนแนวทางนี้ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสให้ศรีสะเกษสามารถนำเสนอทรัพยากรที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเชิงวัฒนธรรม และเชิงสร้างสรรค์นโยบายเมืองรอง: รัฐบาลส่งเสริมให้เมืองรองเป็นเมืองเป้าหมาย โดยสนับสนุนให้เชื่อมโยงกับเมืองหลัก ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย: ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และธรรมชาติของศรีสะเกษช่วยสร้างจุดเด่นในการแข่งขัน

2. อุปสรรค งบประมาณไม่เพียงพอ: ส่งผลต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งจำกัดโอกาสในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว

การแข่งขันกับจังหวัดอื่น ๆ: จังหวัดใกล้เคียง เช่น บุรีรัมย์ มีทรัพยากรทางวัฒนธรรม คล้ายคลึงกัน แต่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีกว่า นอกจากนี้ การแข่งขันกับจังหวัดที่มีตำนาน พญานาค เช่น อุตรธานี หนองคาย และนครพนม ก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทาย เนื่องจากกระแสการท่องเที่ยวสายมูกำลังมาแรง

ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัล: ผู้ประกอบการและบุคลากรในพื้นที่ยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดิจิทัล

การพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวการพัฒนา

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในศรีสะเกษ ต้องอาศัยการปรับปรุงและเพิ่มองค์ประกอบการท่องเที่ยวทุกด้านการเดินทางต้องพัฒนามาบินต้องสร้างระบบขนส่งมวลชนเข้าพื้นที่ท่องเที่ยว

1. ที่พักจะต้องพัฒนาให้มีจำนวนมากขึ้น พัฒนาคุณภาพ และควรเพิ่มที่พัก ระดับหรู
2. แหล่งท่องเที่ยวควรได้รับการปรับปรุงให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันกว่าที่เป็นอยู่
3. ต้องคิดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของศรีสะเกษ
4. ต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เวลานี้มีอย่างจำกัด
5. ต้องพัฒนาสิ่งบันเทิง กิจกรรมการแสดงวัฒนธรรม และร้านอาหารหรูระดับ Fine Dining ด้วยการปรับปรุงอาหารพื้นเมืองให้มีลักษณะเป็นอาหารหรู
6. ต้องเน้นการนำเสนอวัฒนธรรมที่เป็นของจริง อย่าปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพียงเพื่อการความสะดวกในเชิงพาณิชย์
7. ต้องปรับปรุงบรรยากาศของเมืองให้มีความสวย สะอาด และมีภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองปลอดภัยจากอาชญากรรม
8. ต้องสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับจังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้าน

กิจกรรมสร้างสรรค์

ด้วยความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และความงามธรรมชาติ ศรีสะเกษควรจะจัดกิจกรรมการสร้างสรรค์ดังต่อไปนี้

1. เน้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถลงมือปฏิบัติได้ เช่น การทำอาหารพื้นเมือง การทอผ้าไหม หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน
2. การจัดนิทรรศการแบบกระจายเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการปฏิบัติและเรียนรู้กิจกรรมต่าง ๆ ก็เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ
3. การจัดเส้นทางเดินป่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และให้มีการเล่นเกมการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือร่วมทำกิจกรรม CSR ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
4. จัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเล่นเกมการตามรอยประวัติศาสตร์ ค้นหาข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของโบราณสถาน
5. จัดกิจกรรมการร่วมในขบวนงานเทศกาลต่างๆ เช่นการรำในขบวนแห่ เป็นต้น

การนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ

ด้วยทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์ ทางชาติพันธุ์ และทางความงามธรรมชาติ ศรีสะเกษ มีโอกาสในการนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวตามรอบประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ การจัดกิจกรรมให้ใช้วิถีชีวิตในชุมชนและการจัดเทศกาลท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรมบางอย่าง

การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

การตลาดมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในศรีสะเกษ สินค้าและบริการต้องสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมสร้างสรรค์ต้องยึดโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น การตั้งราคาต้องพิจารณาความสามารถและความเต็มใจที่จะจ่าย การกระจายสินค้าต้องอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวด้วยการทำธุรกรรม Online การส่งเสริมการตลาดจะต้องให้ความสำคัญการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และควรมีการลดราคาช่วง Low Season กระบวนการทำธุรกรรมต้องง่าย สะดวก รวดเร็ว คงเส้นคงวา และต้องใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรต้องได้รับการอบรมให้มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่จะทำให้สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว

โครงการเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

การสร้างโครงการต่าง ๆ เพื่อให้การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษประสบความสำเร็จผู้ให้ข้อมูลแนะนำหลากหลายโครงการที่ควรจัดให้มีขึ้น เป็นโครงการที่มีทั้งการพัฒนาท้องถิ่น การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาการตลาด และการประชาสัมพันธ์ หลายโครงการสามารถนำมาปฏิบัติได้จริงและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ TOWS Matrix ที่ผู้วิจัยได้คิดขึ้นจากการวิเคราะห์ SWOT ของศรีสะเกษ

ข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ด้านประวัติศาสตร์ด้านความงามธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพ โดยจะต้องให้ความสำคัญกับการตลาดและการสื่อสารการตลาด Online เพื่อสร้าง Brand ให้มีความสำคัญกับ Content Marketing และ Influencer Marketing โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างแบรนด์ และประชาสัมพันธ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัด การสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของพื้นที่ รวมถึงการเน้นย้ำความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้

TOWS Matrix

เมื่อวิเคราะห์ SWOT ของศรีสะเกษแล้ว ผู้วิจัยได้คัดเลือกจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาและส่งเสริมให้ศรีสะเกษเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ดังนี้

1. SO Strategies ยุทธศาสตร์เชิงรุก ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายใต้บริบทของโอกาสดังนี้

ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีเกษตรปลอดภัยควบคู่กับงานหัตถกรรมท้องถิ่น การจัดเทศกาลศิลปะร่วมสมัยที่ผสมผสานเอกลักษณ์วัฒนธรรมเขมรโบราณ

- 1.1 พัฒนาแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผสมกิจกรรมสร้างสรรค์
- 1.2 ใช้ประเพณีโดนตาและเทศกาลดอกดาหลาร่วมกับนโยบายส่งเสริมเมืองรอง
- 1.3 จัดเวิร์คช็อปหัตถกรรมพื้นบ้านและสอนทำอาหารท้องถิ่นโดยปราชญ์ชุมชน
- 1.4 สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบบูรณาการเชื่อมโยงผามออีแดงและสวนทุเรียนภูเขาไฟ

1.5 จัดโปรแกรมเดินป่าเชิงอนุรักษ์พร้อมกิจกรรมสตาร์เก็ซ

1.6 พัฒนาตราสินค้า "เมืองสามวัฒนธรรม" ใช้ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ (ไทย-เขมร-ลาว) สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ควบคู่กับการเชื่อมโยงเครือข่ายท่องเที่ยวข้ามพรมแดน

2. ST Strategies ยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน ใช้จุดแข็งป้องกันไม่ให้เกิดอุปสรรคท่ามกลางบริบทของอุปสรรค

2.1 พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบ Real-Time สำหรับนักท่องเที่ยวที่มองปัญหาการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว

2.2 จัดตั้งศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism Hub) ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลเกี่ยวกับศรีสะเกษไม่เพียงพอที่จะตัดสินใจมาเยือนศรีสะเกษ

2.3 ออกแบบทัวร์วัฒนธรรมตามรอบประวัติศาสตร์ระดับพรีเมียม ใช้ปราสาทขอมและวิถีชีวิตดั้งเดิม (จุดแข็ง) สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวระดับสูง แข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียงโดยเน้นความเป็นของแท้ (Authentic)

2.4 จัดเทศกาลสร้างสรรค์ตามฤดูกาลใช้เทศกาลทุเรียนภูเขาไฟ (จุดแข็ง) ดึงดูดนักท่องเที่ยวสายมูด้วยการผสมผสานความเชื่อท้องถิ่นเกี่ยวกับภูเขาไฟศักดิ์สิทธิ์

2.5 พัฒนาระบบจัดการนักท่องเที่ยวแบบ Smart Tourism ใช้พื้นที่ธรรมชาติขนาดใหญ่ (จุดแข็ง) ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวผ่านระบบจองออนไลน์ ป้องกันปัญหาความจุเกินขนาด (Over Carrying Capacity) ที่อาจจะทำลายคุณภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

3. WO Strategies ยุทธศาสตร์การแก้ไข แก้ไขจุดอ่อน เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากบริบทของโอกาส

3.1 สร้างศูนย์ฝึกอบรมทักษะการบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Skill Development Center) เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการบริการระดับสากล

3.2 พัฒนาแอปพลิเคชันนำเที่ยวด้วยเทคโนโลยี AR ที่รองรับหลายภาษา เพื่อขยายโอกาสการรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

3.3 เร่งพัฒนาภาษาอังกฤษผ่านโครงการรัฐสนับสนุนใช้โอกาสจากนโยบายเมืองนำเที่ยว (โอกาส) จัดฝึกอบรมภาษาสำหรับผู้ประกอบการและชุมชน พร้อมพัฒนาแอปแปลภาษาเฉพาะถิ่น

3.4 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้วยงบประมาณรัฐใช้โอกาสจากนโยบายส่งเสริมเมืองรอง (โอกาส) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก โฮมสเตย์มาตรฐานและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายภาษา

3.5 สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลกลางใช้โอกาสด้านนโยบาย (โอกาส) พัฒนาเว็บพอร์ทัลรวมข้อมูลท่องเที่ยว ระบบจองแบบครบวงจร และการติดตามความพึงพอใจแบบเรียลไทม์

4. WT Strategies นโยบายเชิงรับ ตระหนักถึงจุดอ่อนของศรีสะเกษ และพยายามลดจุดอ่อนเพื่อเตรียมรับมือกับปัญหาที่ต้องเผชิญในบริบทของอุปสรรค

4.1 จัดทำโครงการประกันภัยท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษ

4.2 ตั้งกองทุนหมุนเวียนสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กในช่วงวิกฤติ

4.3 จัดตั้งกองทุนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนแก้ปัญหาทางงบประมาณจำกัด (อุปสรรค) โดยระดมทุนผ่านโครงการCSR ของเอกชนและแพลตฟอร์ม Crowdfunding

4.4 พัฒนาหลักสูตรทักษะดิจิทัลสำหรับชุมชน จัดฝึกอบรมการใช้ Social Media และการตลาดออนไลน์ ป้องกันการเผยแพร่ภาพลักษณ์ลบจากนักท่องเที่ยว

4.5 สร้างเครือข่ายพันธมิตรข้ามจังหวัดแก้ปัญหาการแข่งขัน (ภัยคุกคาม) โดยร่วมมือกับบุรีรัมย์และสุรินทร์พัฒนาทัวร์วัฒนธรรมเขมรอีสานใต้แบบบูรณาการ

การจัดทำโครงการเพื่อการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ TOWS Matrix

ภายใต้ยุทธศาสตร์ข้างต้น การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ ควรนำเอาโครงการที่ผู้ให้ข้อมูลแนะนำมาดำเนินการ และเพิ่มโครงการเพื่อให้มีการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ที่ได้จากการทำ TOWS Matrix ประกอบด้วย

1. โครงการ: “ศรีสะเกษ Go Creative” เพื่อยกระดับเมืองสร้างสรรค์ประสบการณ์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาบุคลากรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ

2. โครงการ: “ศรีสะเกษ Welcome” สร้างจิตสำนึกและความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี พัฒนาทักษะในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการให้นักท่องเที่ยวมีความสุขสบายตลอดระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในศรีสะเกษ อบรมให้คนในศรีสะเกษให้เข้าใจความสำคัญของการท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น การต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว รณรงค์ด้วยการสื่อสารสาธารณะให้คนในศรีสะเกษตระหนักรู้ความสำคัญของการท่องเที่ยวในการจะสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ศรีสะเกษ สร้างความเข้มแข็งให้สหภาพชุมชน เพิ่มรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพชีวิต

ของคนในท้องถิ่น จัดประกวดเจ้าบ้านดีเด่นเพื่อสร้างแรงจูงใจและยกย่องผู้ที่มีความสามารถในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกของการเป็นทูตวัฒนธรรมของท้องถิ่น การปฏิบัติตนเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ Soft Power ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชมและนิยมจะมาเยือนศรีสะเกษ

3. โครงการ “ศรีสะเกษ Smart” ให้ความรู้แก่คนในพื้นที่ให้เรียนรู้ เข้าใจ ก้าวทันการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษมีทุนทางวัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์ และทางธรรมชาติที่จะนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ คนในศรีสะเกษจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เพื่อกำหนดพฤติกรรมของตนเองในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ต้องมีโครงการพัฒนาการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ และความงามธรรมชาติของศรีสะเกษ ต้องมีการตลาดเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรม ใช้ Social Media ทำ Content Marketing เล่าเรื่องกิจกรรมสร้างสรรค์เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมทำกิจกรรม บุคลากรผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวพัฒนาทักษะด้านภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น จะต้องใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรม E-commerce ต้องสร้างบรรยากาศที่ดี สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว

4. โครงการ “ศรีสะเกษ Wow” ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เปิดโลกประสบการณ์ สร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึก Wow กับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ศรีสะเกษจัดขึ้น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ศรีสะเกษ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว สร้าง Content ด้วยการผลิตวิดีโอ ภาพถ่าย บทความ และ Infographic ที่น่าสนใจเกี่ยวกับศรีสะเกษ ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้แล้วรู้สึก Wow ใช้ Social Media Marketing เพื่อส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จัดขึ้น ให้คนได้รู้ว่าศรีสะเกษมีกิจกรรมสร้างสรรค์อะไรบ้างที่พวกเขาอยากเข้าร่วมด้วย เนื้อหาที่เล่าจะต้องทำให้กิจกรรมสร้างสรรค์นั้นมีคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกิจกรรมของที่อื่น ใช้ Influencer Marketing เชิญ Influencer มาสัมผัสประสบการณ์การสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ และ ขอให้เขียนรีวิวชื่นชมกิจกรรมดังกล่าว ทำ Online Advertising โฆษณากิจกรรมสร้างสรรค์ที่ศรีสะเกษจัดให้นักท่องเที่ยว โดยใช้ Google Ads และ Social Media Ads เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างการรับรู้และความชื่นชมกิจกรรมสร้างสรรค์ของศรีสะเกษด้วยการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จัดงานแถลงข่าว ให้สัมภาษณ์สื่อ และสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เข้าร่วมมหกรรมการท่องเที่ยวที่ภาครัฐจัดขึ้น นำเสนอศรีสะเกษในงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5. โครงการ “Branding ศรีสะเกษ” เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ จะต้องมีการทำการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (Brand Marketing) กำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ที่ชัดเจน เช่น "ศรีสะเกษ: เมืองแห่งวัฒนธรรมอีสานใต้ที่มีชีวิตชีวา ต้องพัฒนา Storytelling ที่น่าสนใจเกี่ยวกับศรีสะเกษ โดยเน้นเรื่องราวของคน วัฒนธรรม

ประวัติศาสตร์และและธรรมชาติ ต้องออกแบบ Logo และ Visual Identity ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของ ศรีสะเกษ

6. โครงการ “CPOT Development” การพัฒนาสินค้าและบริการ (Product Development) ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว เพื่อต่อยอดความเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมผสมไทย-เขมรที่โดดเด่นกว่าพื้นที่ใด ๆ ในประเทศไทย สร้างสรรค์กิจกรรมที่ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับความทันสมัย เช่น การนำเสนออาหารพื้นเมืองในรูปแบบ Fine Dining ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยการปรับรูปแบบการนำเสนอที่ดู Luxury ในร้านอาหารหรู พัฒนาสินค้าที่ระลึก (Souvenir) ที่มีคุณภาพและอยู่บนฐานวัฒนธรรม แล้วใช้กลยุทธ์ Storytelling สร้างความน่าสนใจ สร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากซื้อ อยากหัดทำ “ควรพัฒนาสินค้า CPOT (Cultural product of Thailand) ที่ทำมาจากสินค้าวัฒนธรรมของศรีสะเกษ เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนภูเขาไฟ และอาหารจากหอมแดง

7. โครงการ “Tourism for Soft Power” การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์ และทางธรรมชาติสร้างเส้นทางท่องเที่ยว (Tourism Route) ที่มีความหลากหลาย สร้างเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรม เส้นทางธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เส้นทางท่องเที่ยวไปยังโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ ไปชมปราสาทต่างๆ และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไปกินอาหาร และไปหัดทำอาหารพื้นเมืองที่ทำจากวัตถุดิบที่เป็นพืชเศรษฐกิจของศรีสะเกษ อย่างเช่น ทุเรียนภูเขาไฟ และหอมแดง เป็นต้น ให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ Soft Power ของศรีสะเกษ

8. โครงการ “Technology Capacity Development” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ: พัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ระบบนำทาง และระบบจอง ใช้ Big Data เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว แล้ววางแผนการพัฒนาและการส่งเสริมการตลาดบนฐานข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ Big Data”ใช้ AI (Artificial Intelligence) เพื่อพัฒนา Chatbot ที่สามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างละเอียด เพื่อประสิทธิภาพของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสามารถป้อนฐานข้อมูล (Database) ของนักท่องเที่ยวให้ AI แนะนำว่าจะดูแลลูกค้าแต่ละรายให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างไร

9. โครงการ “Unite to Win” การสร้างความร่วมมือ (Collaboration) ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ: ภาครัฐ ต้องสนับสนุนงบประมาณ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวของศรีสะเกษเป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คุ้มครองพื้นที่คุ้มครองผู้ประกอบการ และคุ้มครองนักท่องเที่ยว ภาคเอกชนต้องพัฒนาสินค้าและบริการบนฐานวัฒนธรรม ทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และต้องพร้อมที่จะการลงทุนทำธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว; ภาคชุมชน ต้องช่วยกันดำรงรักษาวัฒนธรรม สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน, และมี

ส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตวัฒนธรรมของท้องถิ่น” สถาบันการศึกษาต้องวิจัยเพื่อแสวงหานวัตกรรมการท่องเที่ยวและให้คำแนะนำในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ฝึกอบรมบุคลากรในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากล และให้คำปรึกษาในการดำเนินการ

10. โครงการ “Measurement and Evaluation” เพื่อการเฝ้าระวัง วัดผล ประเมินผล อย่างสม่ำเสมอ ต้องมีการวัดผลและประเมินผลเป็นระยะๆ โดยกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) ที่ชัดเจน เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควรจัดเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) อย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและกำหนดสิ่งที่ต้องทำเพื่อการปรับปรุงและแก้ไข

11. โครงการ “Cultural Ambassador Development” จัดฝึกอบรมคนในท้องถิ่นให้มีสำนึกการเป็นทูตวัฒนธรรมของศรีสะเกษ ด้วยการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีความรู้เรื่องวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆของศรีสะเกษเป็นอย่างดี สามารถเป็นมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพและเป็นผู้ประชาสัมพันธ์เรื่องราวของกิจกรรมการสร้างสรรค์ของศรีสะเกษบนพื้นที่ Social Media ของตนเองด้วยความภาคภูมิใจ

การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการสร้างประสบการณ์ (Experience) ที่น่าประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษจึงต้องมุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า น่าจดจำ และมีความหมาย มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางดิจิทัล มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีโครงการพัฒนาและปลูกฝังการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของศรีสะเกษ มีโครงการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เน้นเรื่องวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และการอนุรักษ์เพื่อความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จัดอบรมเพิ่มศักยภาพคนในชุมชน โดยเฉพาะด้านภาษาและเทคโนโลยี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มดิจิทัล
2. ต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหลัก พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
3. สร้างแบรนด์จังหวัดศรีสะเกษ โดยเน้นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เพื่อเพิ่มความโดดเด่นในการแข่งขัน
4. เพิ่มงบประมาณผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และองค์กรระหว่างประเทศ

5. สร้างกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาควิชาการอย่างต่อเนื่อง
6. พัฒนาเครื่องมือในการตรวจสอบผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวทางให้เหมาะสมกับสถานการณ์
7. จัดการนักท่องเที่ยวให้พวกเขาความร่วมมือในการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเพื่อความยั่งยืน
8. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติควรมีระบบติดตามประเมินผลรายไตรมาส โดยใช้ดัชนีชี้วัดทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ชุมชน และความพึงพอใจนักท่องเที่ยวควบคู่กับดัชนีด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการวิจัยเชิงปริมาณสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวในการมาเยือนศรีสะเกษ
2. ทำการวิจัยศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของคนศรีสะเกษในการที่ศรีสะเกษจะเป็นเมืองเป็นหมายของการท่องเที่ยว
3. ทำการประเมินผลการดำเนินการพัฒนาศรีสะเกษให้เป็นเมืองรองที่เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่เป็นที่มีความโดดเด่นในภาคอีสาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอ LAMDUAN TOUR ให้เป็นกรอบยุทธศาสตร์ของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ ดังนี้

LAMDUAN TOUR Framework

1. L - Local Authenticity

เน้นความเป็นเอกลักษณ์และความแท้จริงของภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่ปรุงแต่งวัฒนธรรมเพื่อความสะดวกในทางการค้าให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ปฏิบัติสืบสานกันมาจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ประเพณี เทศกาล อาหาร ศิลปะหัตถกรรม การแสดงทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ได้ลองทำ และได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน

2. A - Artisanal Experiences

ส่งเสริมประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ผ่านศิลปะและงานฝีมือ ทำหัตถกรรมภาพถ่าย การสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิสัมพันธ์กับปราชญ์ชุมชนผู้เชี่ยวชาญ กิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่น ให้นักท่องเที่ยวได้ผลิตของที่ระลึกด้วยตนเอง แล้วนำกลับไปบ้านตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. M - Multicultural Exchange

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมเพื่อความเข้าใจลึกซึ้งของทั้ง 2 ฝ่าย กล่าวคือ คนในชุมชนได้ศึกษาวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวที่มาจากหลายถิ่น หลายประเทศ และนักท่องเที่ยว

ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นของศรีสะเกษ เป็นความเข้าใจอันดีต่อกัน เคารพและให้เกียรติวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อนำไปสู่ความสามัคคีและสันติสุขของมวลมนุษยชาติบนโลกใบเดียวกัน

4. D - Dynamic Community Engagement

ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ตั้งแต่การให้ข้อมูล การร่วมตัดสินใจ การลงทุนทำธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ เป็นผู้ให้บริการที่ดี เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นภาคีเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมอื่นๆ และช่วยประชาสัมพันธ์เรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษบนพื้นที่ Social media ของตนเองด้วยความภาคภูมิใจ

5. U - Unique Storytelling

สร้างเรื่องราวเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของศรีสะเกษที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมผสมไทย-เขมรที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ โดยใช้หลักการของยุทธศาสตร์ Content Marketing, Viral Marketing, Brand Marketing และ Influencer Marketing เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศรีสะเกษ และเป็นการสร้าง Brand Equity ที่ทำให้ศรีสะเกษมีคุณค่าที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

6. A - Artistic Innovation

ส่งเสริมนวัตกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรม ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการบูรณาการการดำรงวัฒนธรรมดั้งเดิมกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่นำเสนอกิจกรรมสร้างสรรค์ที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในการเรียนรู้และฝึกหัดทำกิจกรรมสร้างสรรค์ตามหลักการ ICT (Innovation, Creativity, Technology) หมายถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมโดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวช่วยในฐานะสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitator) และสิ่งที่จะทำให้เป็นไปได้ (Enabler)

7. N - Networking with strategic alliances

ส่งเสริมเครือข่ายกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ การรวมความร่วมมือระหว่างองค์กรตั้งแต่ 2 องค์กรขึ้นไป เพื่อนำจุดแข็ง ทรัพยากร และทักษะที่มีมาประสานกันเพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจร่วมกัน ลดความเสี่ยง เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น ซึ่งมีประโยชน์เพื่อให้เติบโตและลดข้อจำกัด

8. T - Tourist Participation

ใช้การสื่อสาร การสร้างบรรยากาศ และการบริการเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ เรียนรู้วัฒนธรรม และเป็นนักท่องเที่ยวตามแนวทางของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ด้วยการเคารพและให้เกียรติวัฒนธรรมท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน

9. O - Opportunities for Local Economy

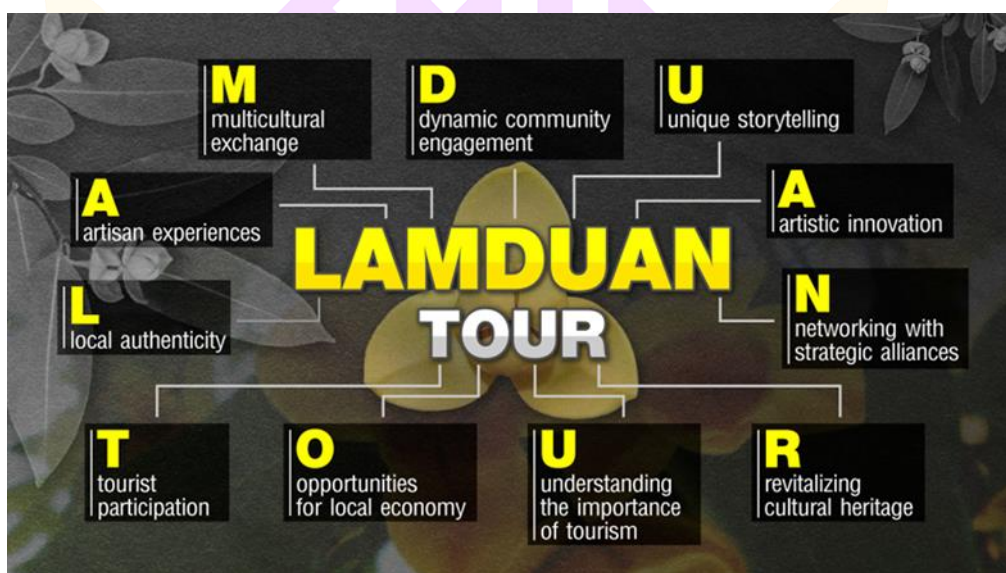
สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนทั้งในด้านการลงทุนทำธุรกิจ การมีงานทำในธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเป็นมัคคุเทศก์ การเป็นปราชญ์ชุมชนเพื่อทำหน้าที่ในการสอนนักท่องเที่ยว ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คนหนุ่มสาวของชุมชนที่จะได้เรียนรู้ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญ กิจกรรมสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม เพื่อทำหน้าที่สืบสานวัฒนธรรมของศรีสะเกษให้ยั่งยืน

10. U - Understanding the Importance of Tourism

ให้ความรู้กับคนในชุมชนให้เข้าใจความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ส่งผลให้กับความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจของชุมชน เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชน สร้างความตระหนักรู้เรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติเพื่อความยั่งยืน เป็นเครื่องมือสำหรับกำจัดความยากจนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในศรีสะเกษที่ทุกคนควรมีส่วนร่วมและสนับสนุน การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของศรีสะเกษ

11. R - Revitalizing Cultural Heritage

ฟื้นฟูและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ทั้งวิถีชีวิต ประเพณี อาหารพื้นเมือง วิถีการเกษตร เทศกาล และความสำคัญของโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีสถานะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญ คนในพื้นที่ควรจะได้เรียนรู้เรื่องราวของทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ แล้วช่วยกันสืบสานให้ทรัพยากรเหล่านี้ ทรงคุณค่าในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศสืบไป



ภาพ 2 กรอบยุทธศาสตร์ของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของศรีสะเกษ



บรรณานุกรม

- Ababneh, S. (2012). Motivation and attitudes of vocational education female students towards learning English. *International Journal of Vocational Education and Training*, 20(1), 43-52.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bhatia, M. R. (1983). Plate Tectonics and Geochemical Composition of Sandstone. *The Journal of Geology*, 91, 611-627. <https://doi.org/10.1086/628815>
- Blomberg-Nygard, A., & Anderson, C. K. (2016). United Nations World Tourism Organization Study on Online Guest Reviews and Hotel Classification Systems: An Integrated Approach. *Service Science*, 8(2), 139-151. <https://doi.org/10.1287/serv.2016.0139>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Eber, S. (1993). *Beyond the green horizon: a discussion paper on principles for sustainable tourism*. WWF and Tourism Concern. https://unesdoc.unesco.org/notice?id=p::usmarcdef_0000103192
- Fornell, C. (1999). *Customer satisfaction and shareholder value*. Fourth World Congress for Total Quality Management.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: a success? Community-Based Tourism: a success? *ICRT Occasional Paper*, 11.
- Huras, C. E. (2015). *Community-Based Creative Tourism. The Bamboo Route Initiative in Guala Ecuador: "Community-Based Creative Tourism" as a Strategy for Poverty Reduction* [Unpublished Master's Thesis, National Taipei University of the Arts].
- Kwong, G. S. (2017). Outsourcing to online food delivery services: Perspective of F&B business owners. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(2), 1-13.
- Kwong, S.-M., Tay, F. R., Yip, H.-K., Kei, L.-H., & Pashley, D. H. (2000). An ultrastructural study of the application of dentine adhesives to acid-conditioned sclerotic

- dentine. *Journal of Dentistry*, 28(7), 515-528.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0300-5712\(00\)00032-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0300-5712(00)00032-4)
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism. A Community Approach*. Methuen.
- Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511-529.
<https://doi.org/10.1080/09669580802159594>
- Pereira, R., Manuel, E., Dutschke, G., Dias, Á., & Pereira, L. (2020). Economic crisis effects on SME dynamic capabilities. *International Journal of Learning and Change*, 13.
<https://doi.org/10.1504/IJLC.2021.111662>
- Raymond, L., & Bergeron, F. (2008). Project management information systems: An empirical study of their impact on project managers and project success. *International Journal of Project Management*, 26(2), 213-220.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2007.06.002>
- Richards, G. (2000). Tourism and the World of Culture and Heritage. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9-17. <https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014896>
- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. *Journal of Financial Stability*.
- Richards, G. (2019). *Culture and tourism: natural partners or reluctant bedfellows?*
<https://www.researchgate.net/publication/335801445>
- Richards, G. W., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Techakana, J. (2022). A Structural Equation Model for Developing and Promoting Creative Tourism in Thailand. *Journal of Positive School Psychology*, 6(4), 7730-7740.
- Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, S. F. U. S. A. (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: discussion report of the planning meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism*.
https://unesdoc.unesco.org/notice?id=p::usmarcdef_0000159811
- Xu, H., & Sofield, T. (2016). Sustainability in Chinese development tourism policies. *Current Issues in Tourism*, 19(13), 1337-1355.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2013.849665>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2547-2551*.

<http://www.mots.go.th/tourism/index.php?>

กันตภณ แก้วสง่า และคณะ. (2563). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์
เครือข่ายสังคม. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 14-28.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายใต้
โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2559). การปรับตัวและการมีส่วนร่วมของเกษตรกรผู้ใช้น้ำในพื้นที่กิ่งเมืองกิ่ง
ชนบท กรณีศึกษาอำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 10(2), 152-177.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). *การวางแผนและการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว*.

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เฉลิมลาภ คเนจร ณ อยุธยา. (2545). ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความต้องการพิเศษ. *นิตยสารเชิงข่าว-
วิเคราะห์รายเดือน ธุรกิจท่องเที่ยว*, 18-20.

ชิดชนก อนันตมงคลกุล, และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล. (2562). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย
นานาชาติ*, 15(2), 1-20. [https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/
view/177702](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/177702)

ชูชนะ เตชคณา. (2565). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 4.0*. กู๊ดคอมมิวนิเคชั่น.

ดรชนี เอมพันธุ์. (2550). *การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการกิจกรรมโฮมสเตย์*.
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดรชนี เอมพันธุ์, และสุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2545). *สรุปประสบการณ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ภาคกลาง ในการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและ
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ดุสิตพร ฮกทา, อีระพงศ์ วงษ์มณฑา, ชูชนะ เตชคณา, และณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ. (2560).

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรี
วิชัย*, 9(2), 251-268.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. <https://www.slideshare.net/kksbt/ss-30394392>

อีระพงศ์ โสดาศรี. (2562). *การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro-active PR.)*.

[https://www.stou.ac.th/offices/rdec/chan/main/Doc/Km/2556/Reference/STOU-
CB7.2-4\(1\).pdf](https://www.stou.ac.th/offices/rdec/chan/main/Doc/Km/2556/Reference/STOU-CB7.2-4(1).pdf)

- นาคยา เกตุสมบุรณ์, และวันทนา เนาว์วัน. (2562). ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 25(1), 81-93.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- พจนา สอนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พีรตร แก้วลาย, และทิพย์สุดา จันทร์แจ่มหล้า. (2556). *เมืองสร้างสรรค์: แนวทางการพัฒนาเมืองจากสินทรัพย์สร้างสรรค์ท้องถิ่นไทย*. สถาบันพระปกเกล้า.
- พีระศักดิ์ วรฉัตร. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งในการบริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 10(2), 285-310.
- มาลินี ศรีไมตรี. (2559). การพัฒนารูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 11(2), 53-65.
- ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2543). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ฤทธิ อนุจรพันธ์. (2543). *ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่ออำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง].
- วีระพล ทองมา. (2548). *การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)*. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุดถนอม ตันเจริญ. (2560). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. <http://www.bsru.ac.th/identity/archives/3735>
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2556). *ทุนทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี].
- เสรี วงษ์มณฑา. (2558). กระบวนการบริหารการตลาดและการสื่อสารการตลาด. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 7(2), 1-13.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2565). *เอกสารประกอบการสอน รายวิชา การสัมมนาร่วมสมัยประเด็นทางการท่องเที่ยวและโรงแรม*. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.

อุษาวดี พูลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 21(4), 34-48.



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	ณัฐกมล วงศ์ภักดี
วัน เดือน ปี เกิด	23 กันยายน 2517
สถานที่เกิด	กรุงเทพฯ
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2550 บธ.บ. (การบัญชี), มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพฯ
ที่อยู่ปัจจุบัน	449/428 ซอยสุวินทวงศ์ 11 ถนนสุวินทวงศ์ แขวงแสนแสบ เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ
ผลงานตีพิมพ์	ณัฐกมล วงศ์ภักดี และเสรี วงษ์มณฑา. (2568). แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดศรีสะเกษ. วารสารสมาคมนักวิจัย, 30(3), 316-331. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/282544

