

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านศิลปหัตถกรรม จังหวัดอำนาจเจริญ



อังคณา อินทศร

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
มกราคม 2569
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านศิลปะหมอลำ จังหวัดอำนาจเจริญ



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
มกราคม 2569
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

AN APPROACH TO THE DEVELOPMENT AND THE PROMOTION OF MORLUIM ARTS
CREATIVE TOURISM



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

January 2026

Copyright 2026 by University of Phayao

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
เรื่อง
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านศิลปะหมอลำ จังหวัดอำนาจเจริญ

ของ อังคณา อินทศร

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจ
บริการ
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชุษณะ เตชคณา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา
(ดร. ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. รักษิต สุทธิพงษ์)

เรื่อง:	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านศิลปะหมอลำ จังหวัดอำนาจเจริญ
ผู้ศึกษาค้นคว้า:	อังคณา อินทสร, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: ศศ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจ บริการ), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2568
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา
คำสำคัญ:	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การพัฒนา, การส่งเสริม, วัฒนธรรม, กิจกรรมสร้างสรรค์

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำ จังหวัดอำนาจเจริญ” เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์แสวงหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ศิลปะหมอลำ ที่ จังหวัดอำนาจเจริญ ด้วยการสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวฝึกหัดหมอลำและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางอื่นๆ โดยสัมภาษณ์เชิง ลึกกับผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ผลการวิจัยพบว่าชุมชนบ้านปลาค้าวมีศักยภาพในการ พัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะมีจุดแข็งคือศิลปะการแสดงหมอลำที่โดดเด่น อีกทั้งยังมีทรัพยากรการ ท่องเที่ยวอื่นๆที่จะเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว จุดอ่อนคือยังไม่เป็นที่รู้จักและโครงสร้างพื้นฐานและสิ่ง อำนวยความสะดวกยังไม่ดีพอ โอกาสคือรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน อุปสรรคคือต้องแข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียงที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวและการตลาดที่ดีกว่า ดังนั้นในการดำเนินงานต้องให้ ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตั้งแต่เริ่มต้นวางแผน การดำเนินงาน ไปจนถึงการประเมินวัดผล และจะต้องมี การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน มีวางแผนการสื่อสารการตลาดที่เข้มข้นด้วยการใช้สื่อดิจิทัล โดยต้องสร้างเครือข่ายระหว่างทุก ภาคส่วนในชุมชนและนักท่องเที่ยวในการดำรงรักษาและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยั่งยืน ผู้วิจัยนำเสนอ กระบวน ทศน์ MORLUM เป็นกรอบยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยให้นักท่องเที่ยวมาฝึกหัดหมอลำ ดังนี้ Motivation, Opportunities, Resource, Learning, Unity, และ Marketing

Title: AN APPROACH TO THE DEVELOPMENT AND THE PROMOTION OF MORLUIM ARTS
CREATIVE TOURISM

Author: Angkana Intason, 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

This research titled “An Approach to the Development and the Promotion of morluim Arts Creative Tourism” is a quantitative study aiming to identify approaches for developing and promoting creative community art tourism in Ban Pla Khao. The study focuses on creating opportunities for tourists to practice *mor lam* (a traditional Isan performance art) and other cultural performances through in-depth interviews with informants from government, private, community, and academic sectors. The findings reveal that Ban Pla Kao has strong potential to develop as a creative tourism community, with its outstanding *mor lam* performances and other tourism resources enhancing visitor experiences. Weaknesses include limited recognition and inadequate infrastructure and facilities. Opportunities arise from government policies promoting secondary cities and community economic development. However, challenges include competition from neighboring provinces with superior tourism resources and marketing. Therefore, successful implementation requires community participation from planning to evaluation, infrastructure improvement, intensive marketing communication using digital media, and building networks among all community sectors and tourists to sustain and preserve local culture. The researcher proposes a strategic framework titled MORLUM to develop and promote the creative tourism by having tourists learn Morlum dances, including Motivation, Opportunities, Resources, Learning, Unity, and Marketing.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะชุมชน บ้านปลาค้าว จังหวัดอำนาจเจริญ งานวิจัยฉบับนี้ สามารถประสบความสำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ประธานกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง รองศาสตราจารย์ ดร.ชูขณะ เตชคณา ประธานกรรมการสอบ สละเวลาอันมีค่าให้ความรู้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณ ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร ที่กรุณาเป็นกรรมการจากบัณฑิตวิทยาลัยในวันสอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ที่ได้ช่วยให้คำแนะนำ เพื่อปรับปรุงงานวิจัยเล่มนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเล่มนี้ สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์และมีคุณค่า ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาควิชาการที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยในครั้งนี้ ให้การสนับสนุนข้อมูลการให้สัมภาษณ์และข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณไอลดา บุรณะสัมฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิชาการ ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน พร้อมแนะนำด้วยดีเสมอมา คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้จัดทำขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณ ๆ

อังคณา อินทศร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามสำหรับการทำวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดด้านความหมายของการท่องเที่ยว	6
การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.....	9
การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน.....	12
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	17
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	28
ชุมชนศึกษา จังหวัดอำนาจเจริญ	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
กรอบแนวคิดการวิจัย	54

บทที่ 3 ผลการวิจัย.....	55
ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants).....	55
เครื่องมือในการวิจัย.....	56
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	58
ศักยภาพของชุมชนบ้านปลาคว้าวในการพัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหัตถกรรม ล้ำฟ้าบ้าน.....	59
บทบาทของภาคส่วนต่างๆในการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนบ้านปลาคว้าวเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ด้านศิลปะ.....	60
จุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชนบ้านปลาคว้าวในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	67
โอกาสและอุปสรรคของชุมชนบ้านปลาคว้าวการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	68
แนวทางในการพัฒนาเพื่อทำให้ชุมชนบ้านปลาคว้าวเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์.....	69
ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านศิลปะหัตถกรรมล้ำฟ้าของชุมชนบ้านปลาคว้าวที่จะนำเสนอ เพื่อ ดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	75
ทรัพยากรท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ของชุมชนบ้านปลาคว้าวที่จะเพิ่มคุณค่า ประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว.....	76
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหัตถกรรมล้ำฟ้าชุมชนบ้านปลาคว้าว.....	78
โครงการสำหรับการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหัตถกรรมล้ำ ฟ้าของชุมชนบ้านปลาคว้าว.....	84
ข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามทั้งหมดที่ถามมา.....	85
บทที่ 5 บทสรุปและอภิปรายผล.....	88
สรุปผลการวิจัย.....	90
อภิปรายผลการวิจัย.....	98
ข้อเสนอแนะ.....	103

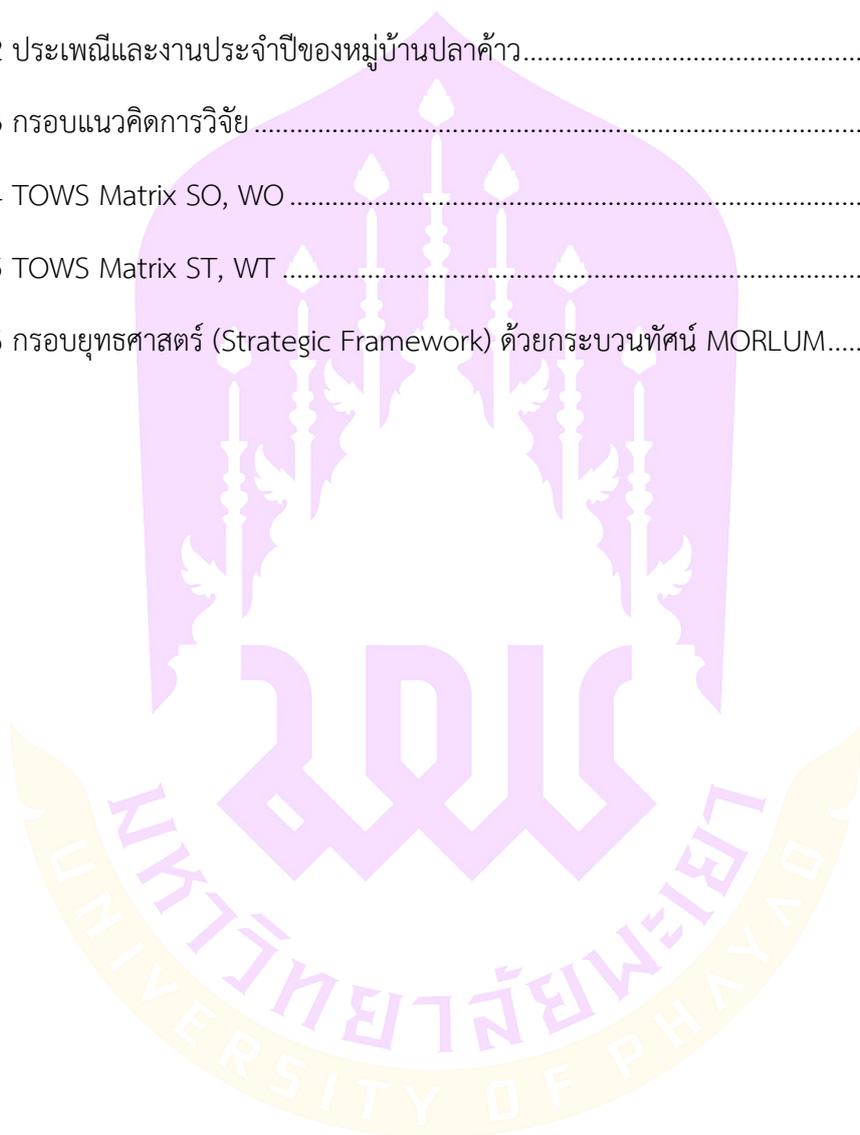
บรรณานุกรม..... 104

ประวัติผู้วิจัย..... 111



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ศิลปะหมอลำ.....	44
ภาพ 2 ประเพณีและงานประจำปีของหมู่บ้านปลาค้าว.....	44
ภาพ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	54
ภาพ 4 TOWS Matrix SO, WO.....	101
ภาพ 5 TOWS Matrix ST, WT.....	102
ภาพ 6 กรอบยุทธศาสตร์ (Strategic Framework) ด้วยกระบวนทัศน์ MORLUM.....	102



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจหลายประเทศ ในการขับเคลื่อนและต่อยอดการพัฒนาในประเทศด้านการบริหารจัดการด้านการศึกษา ด้านสังคม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วหลังจากการระบาดของไวรัส Covid -19 สงบลง ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไทยมากขึ้น (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ประชากรโลกเดินทางมากขึ้น พร้อมทั้งมีรูปแบบที่มาเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน อาทิ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาที่ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น ทิศทางการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวมีได้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะใช้การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ทำความเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ผ่านการมีส่วนร่วมหนึ่งของสถานที่ที่ตนไปเยือนและมุ่งหวังที่จะเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองผ่านประสบการณ์ตรง ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนของทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเป้าหมายสูงสุดของนักท่องเที่ยวทางเลือกคือ นักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินใจหรือความสุขทางจิตใจแล้วนั้นยังเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในสังคมของความแตกต่างของการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

การท่องเที่ยวในปัจจุบัน เป็นการนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงคนในสังคมเดียวกันและต่างสังคมยังเป็นการรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นและยังเป็นกลไกนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน องค์การสหประชาชาติ UN ได้ประกาศ Agenda 2030 (Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development) โดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (UNWTO, 2015) ให้การท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวบนปรัชญาของเป้าหมายการพัฒนาที่ให้ความสำคัญ ความยั่งยืน มีการกำหนดมาตรฐานในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ที่ให้มีผลกระทบต่อด้านลบลดน้อยลงที่สุด ในขณะที่พยายามใช้การท่องเที่ยวเพื่อขจัดความยากจนของแต่ละพื้นที่

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตในแต่ละพื้นที่ คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ องค์การสหประชาชาติ มองเห็นว่าทุกพื้นที่มีโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทนี้ การท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนมีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับคนในชุมชนในการสร้างสรรค์กิจกรรมของคนในชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าที่กระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชน นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ โดยที่ชุมชนไม่ต้องเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองเพื่อให้เข้ากับนักท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่เป็นประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ทางออกของจังหวัดที่ขาดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งปลูกสร้างและความงามธรรมชาติ ยังเป็นโอกาสของการสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้า OTOP (One-Tumbol-One-Product) ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ตลอดจนสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนวิถีและสินค้า CPOT (Cultural Product of Thailand) และเป็นกลไกสำคัญที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์แห่งรอยยิ้ม SMILES ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นโครงการ THAILAND SMILES WITH YOU (วันที่ 23 ก.ค. 63 เวลา 15.00 น. ณ โรงละครอักษรฯ คิงเพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำ) ที่ต้องการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังและให้ความสำคัญกับพื้นที่ในชุมชนห่างไกล

ผู้วิจัยเลือกพัฒนาและส่งเสริมให้บ้านปลาคว่ำ จังหวัดอำนาจเจริญ เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำ ทั้งนี้เพราะบ้านปลาคว่ำมีแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงและภายในเขตหมู่บ้านปลาคว่ำ เส้นทางหลักในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอำนาจเจริญ ที่เชื่อมโยงไปยังจังหวัดอุบลราชธานี โดยตัดผ่านอำเภอพนา เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัยมีความสนใจที่แสวงหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้บ้านปลาคว่ำเป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสดงหมอลำ ซึ่งเป็นการแสดงวัฒนธรรมของท้องถิ่นและให้ชุมชนเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำถามสำหรับการทำวิจัย

1. การพัฒนาจังหวัดอำนาจเจริญให้มีชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมอลำจะต้องทำอย่างไร
2. บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนให้เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นอย่างไร

3. การส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ชุมชน
ดำเนินการอย่างไร

4. นอกจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำ จะบริหารจัดการ การท่องเที่ยว
ประเภทอื่นอย่างไร เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เป็นหมู่บ้านเป้าหมายของการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์
2. เพื่อกำหนดบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนเป้าหมายของ
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์
ที่ชุมชน
4. เพื่อหาแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ในการเพิ่มคุณค่าให้กับ
ประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชน

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านพื้นที่:** ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการทำวิจัย คือ ชุมชนที่มีศิลปะ
หมอลำในเขตอำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ
2. **ขอบเขตด้านเนื้อหา:** ในการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดอำนาจเจริญ ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาบทบาทผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกำหนดกิจกรรมสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำ
3. **ขอบเขตด้านประชากร:** ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้เชี่ยวชาญ
ที่เกี่ยวข้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาและการส่งเสริมให้จังหวัดอำนาจเจริญ มีชุมชน ท่องเที่ยว
เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งภาครัฐ ภาคผู้ประกอบการ ภาคชุมชน และภาควิชาการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การปรับปรุงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวทุกมิติ
ให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและสามารถสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างในความประทับใจ
ให้กับนักท่องเที่ยว

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้วยการสร้างแบรนด์ เพื่อการตลาดและจูงใจหลากหลายรูปแบบด้วยการพัฒนาเนื้อหา และการเลือกช่องทางในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชน โดยเน้นด้านศิลปะหมอลำ เพื่อสร้างกิจกรรมขึ้นมา นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสามารถจำหน่ายสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์หมู่บ้านได้

จังหวัดอำนาจเจริญ หมายถึง หนึ่งในจังหวัดของประเทศไทย ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) มีพื้นที่ไม่ใหญ่มากเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ และมีลักษณะเด่น คือ เป็นจังหวัดที่แยกออกมาจากจังหวัดอุบลราชธานีในปี พ.ศ. 2536

กิจกรรมสร้างสรรค์ด้านศิลปะ คือ การเรียนรู้วิธีการขับร้องหมอลำ ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนภายในเขตจังหวัดอำนาจเจริญ

องค์ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยของจังหวัดอำนาจเจริญเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งที่เพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว (Amenities) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรม (Activities) และการให้บริการเสริมการบริการในพื้นที่ (Ancillaries)

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง วิธีการสื่อสารใจความสำคัญในการสื่อสาร และช่องทางเพื่อการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยวได้รู้จักและมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับจังหวัดอำนาจเจริญ มีความพึงพอใจและเกิดแรงบันดาลใจที่จะมาเยือนบ้านปลาข้าวเพื่อทำการเรียนรู้วิถีหมู่บ้านและกิจกรรมร่วมกัน

การบริหารจัดการการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วิถีหมู่บ้าน หมายถึง การตั้งคณะกรรมการที่ประกอบด้วยบุคคลหลายฝ่ายทำงานร่วมกันแบบบูรณาการในการกำหนดแนวทางและโครงการต่าง ๆ ที่จะทำให้ชุมชนในเขตจังหวัดอำนาจเจริญ เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวิถีหมู่บ้าน

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ได้แนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. ได้แนวทางในการกำหนดบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนให้เป็นหมู่บ้านเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. ได้แนวทางการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดอำนาจเจริญ
4. ได้แนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวประเภทอื่นในการเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชนสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่จังหวัดอำนาจเจริญ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านศิลปหัตถกรรม จังหวัดอำนาจเจริญ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีของ นักวิชาการ ตลอดจนการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในกรอบแนวคิด ในการวิจัย ซึ่งจะนำเสนอเป็นลำดับขั้นดังนี้

1. แนวคิดด้านความหมายของการท่องเที่ยว
2. การพัฒนาท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
3. การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน
4. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
6. ชุมชนศึกษา
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านความหมายของการท่องเที่ยว

รัฐธญา มณีเนตร (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จาก สถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยอยู่ไปยังสถานที่อื่น เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว มิใช่เพื่อ ประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ในปัจจุบัน คำนิยามที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปในการเก็บข้อมูลจากข้อสรุปของ องค์การการท่องเที่ยวโลก ให้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2506 เป็นการเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขนี้ คือ การเดินทาง จากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ ด้วยความสมัครใจ คือ การเดินทาง จากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ ด้วยความสมัครใจ คือ การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ ดังนั้น การท่องเที่ยว มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. การเคลื่อนที่เกิดจากการเคลื่อนที่ของคนไปยังที่ต่างๆ รวมทั้งการหยุด พัก ณ ที่เหล่านั้น
2. การท่องเที่ยวมีส่วนประกอบอยู่ 2 ส่วน คือ การเดินทางสู่จุดหมาย และการหยุดพัก ประกอบกิจกรรม ณ จุดหมายนั้น
3. การเดินทางออกนอกภูมิลำเนาและที่ทำงาน ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรม ซึ่งแตกต่างจากกิจวัตรของถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านและแวะพัก
4. การเดินทางสู่จุดหมายปลายทาง คือ การเดินทาง ระยะสั้น ๆ โดยมีการวางแผนจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน ไม่ได้เป็นไป เพื่อตั้งหลัก ย้ายที่อยู่ หรือประกอบอาชีพ การท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

- 4.1 เป็นการเดินทางชั่วคราว
- 4.2 เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 4.3 ไม่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ

นอกจากนั้นแล้ว สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะต้องมีเงื่อนไขตามหลักสากลดังต่อไปนี้ (Goeldner & Ritchie, 2006, p. 7)

1. ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในการเดินทางนั้น

Buhalis (2000) ให้รายละเอียดว่าการท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางออกจากภูมิลำเนาไปเยือนสถานที่ต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สถานที่ซึ่งมีพลังดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการไปเยือน มีทั้งความงามของธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม เมืองเก่า อุทยานประวัติศาสตร์ เมืองโบราณ อนุสรณ์สถาน อาคารสถาปัตยกรรม เช่น วัด วัง โบสถ์ สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ พื้นที่อุตสาหกรรม ตลอดจนชุมชนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มชนด้านจารีต ประเพณี ศิลปะ และการแสดงทางวัฒนธรรมต่าง ๆ

2. ที่ค้างแรม (Accommodation) หมายถึง สถานที่และรูปแบบของที่ค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น Motel โรงแรม Camp Ground บ้านพักชาวบ้าน (Homestay) บ้านเช่าชั่วคราว (Airbnb) และที่ค้างแรมรูปแบบอื่น ๆ ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ที่ค้างแรมในพื้นที่ท่องเที่ยวจะต้องมีปริมาณที่มากพอ มีหลากหลายรูปแบบ หลากหลายราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการ และมีกำลังซื้อที่แตกต่างกัน อีกทั้งที่ค้างแรมจะต้องมีบริการอื่นเสริม เช่นร้านอาหาร

ร้านจำหน่ายสินค้าแหล่งบันเทิง และบริการอื่น ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาค้างแรม

3. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง วิธีการที่นักท่องเที่ยวจะใช้ในการเดินทางไปยังพื้นที่ท่องเที่ยว เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยจะต้องมีหลายทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ทั้งการเดินทางด้วยเครื่องบินทางอากาศ เดินทางด้วยเรือทางน้ำ เดินทางด้วยรถไฟทางราง และเดินทางด้วยรถประจำทางหรือรถส่วนตัวทางบก การเดินทางจะต้องสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง

4. กิจกรรม (Activity) หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถปฏิบัติได้ในพื้นที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเล่นกีฬา การเล่นเกม การผจญภัย การแสดง การทำกิจกรรมสร้างสรรค์ การใช้ชีวิตตามวิถีแห่งวัฒนธรรมของชาวบ้านในชุมชน การร่วมกิจกรรมตามขนบธรรมเนียมประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ

5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Ancillary) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่พำนักอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งสิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ระบบการสื่อสาร สาธารณูปโภค การขนส่งสาธารณะ ศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ไปรษณีย์ ร้านสะดวกซื้อ โรงพยาบาล คลินิก ร้านขายยา หรือบริการอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายในขณะที่พำนักอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว

6. สิ่งเสริมคุณค่าประสบการณ์การท่องเที่ยว (Amenity) หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่จะเสริมสร้างคุณค่าให้ประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น ชีวิตกลางคืน การแสดงทางวัฒนธรรม ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ร้านอาหารท้องถิ่น ร้านขายของที่ระลึก ศูนย์การค้าที่มีชื่อเสียง บ่อนการพนัน และศูนย์บันเทิง (Casino and Entertainment Complex)

เสรี วงษ์มณฑา (2565) เห็นว่าองค์ประกอบ 6 A's ยังไม่ละเอียดพอสำหรับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จึงนำเสนอองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพิ่มเติมเป็น 10 A's ดังต่อไปนี้

7. บรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว (Atmosphere) หมายถึง การดูแลสถานที่ให้มีความสะอาด การออกแบบอาคารบ้านเรือน ถนนและการตกแต่งเส้นทางริมถนนให้มีความสวยงาม รวมทั้งความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว

8. ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ (Amiability) หมายถึง พฤติกรรมของคนในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นมิตร เป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่เป็นทูตของสถานที่ และเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีในการเผยแพร่เรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยว

9. การทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (Authority) หมายถึง การปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว การปฏิบัติตามนโยบาย การพัฒนา

โครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวด้วยจิตวิญญาณ การบริการ และทักษะในการปฏิสัมพันธ์ที่ดี

10. มีการจัดนำเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Availability) หมายถึง การมีบริษัทนำเที่ยว นำเอาพื้นที่ท่องเที่ยวไปเป็นส่วนหนึ่งของรายการนำเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้มาเยือน สถานที่ดังกล่าวด้วยความสะดวกสบาย และทำให้สถานที่ดังกล่าวเป็นที่รู้จัก

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่อาศัย ไปยังสถานที่อื่นชั่วคราวในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยมีการพบหรือการมีการแลกเปลี่ยนระหว่างการท่องเที่ยว เช่น เกิดการแลกเปลี่ยนทางธุรกิจ แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม หรือการเดินทาง เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในชีวิต เป็นต้น

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว

Xu & Sofield (2013) อธิบายว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวคือ การใช้ประโยชน์และการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยจะต้องพัฒนาบนพื้นฐานของปรัชญาความยั่งยืนและหลักการของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนที่ หมายถึง การให้สิทธิอำนาจแก่ประชาชนในท้องถิ่นในการแสดงความคิดเห็นและการร่วมกันตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่

Murphy (1985) ได้ย้ำความหมายว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับระบบนิเวศ ด้วยการป้องกันและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ระเบียบสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีและเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนเจ้าของพื้นที่จะต้องเป็นการพัฒนาที่ให้การท่องเที่ยวบนฐานชุมชน โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน

จากที่ XU & Sofield (2013) ได้อธิบาย จะสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยสามเสาหลักในการพัฒนา คือ สิ่งแวดล้อมยั่งยืน เศรษฐกิจยั่งยืน และสังคม วัฒนธรรมที่ยั่งยืน เมื่อเป็นเช่นนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนจะต้องเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

เฉลิมลาภ คเนจร ณ อยุธยา (2546) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวน สิ่งแวดล้อม ชนบธรรมเนียม และประเพณีของท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวควรต้องศึกษาสภาพความเป็นไปของท้องถิ่นที่ไปเยือน ขณะเดียวกันคนในท้องถิ่นก็ต้องเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของตนให้กับนักท่องเที่ยว และร่วมรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตให้คงอยู่สืบไป เพื่อที่อนุชนรุ่นหลัง จะได้สัมผัสคุณค่าเช่นเดียวกันนี้ต่อไป

สรุปความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่สุด ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สามารถดำรงรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ วัฒนธรรม การดำรงชีวิต เอกลักษณ์ของชาติให้ยืนนาน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

นอกจากที่กล่าวสรุปข้างต้นนี้ World Tourism Organization (WTO) หรือองค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (2005) ได้ให้คำจำกัดความล่าสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism Segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมหรือที่เรารู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism)” โดยทั่วไป การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันจนถึงคนในอนาคต ดังนั้น หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความของ WTO จึงประกอบด้วย

1. การท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ ให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด
2. ให้ความสำคัญกับสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน
3. การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholder) นอกจากนี้ ยังต้องก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย

มีผู้รู้เป็นจำนวนมากได้พยายามอธิบายความหมายและรายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังต่อไปนี้

กุศล โชติรัตน์ และคณะ (2545) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า หมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยที่มีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย

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

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

2. สังคม คือ ประชาชนมีคุณภาพดีกินดีอยู่ดี สังคมปลอดภัยสงบสุข เป็นสังคม ที่ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ยังคงมีวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

3. จิตใจและมนุษย์ ต้องมีการพัฒนาทั้งด้านร่างกายและจิตใจให้เข้มแข็งและสมบูรณ์ อยู่เสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของจิตใจ

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

กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนแยกออกเป็น 2 ระบบ คือ

1. ระบบพัฒนามนุษย์ โดยพัฒนามนุษย์ในฐานะที่เป็นตรวจสอบค่าผิดมนุษย์ให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาด้วยการพัฒนามนุษย์ให้ครบสมบูรณ์ทั้งสามระดับ คือ ระดับพฤติกรรม ระดับจิตใจ และระดับปัญญา เมื่อพัฒนามนุษย์ให้มีปัญญาและเข้าใจความเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธรรมชาติแล้ว มนุษย์ก็จะปฏิบัติต่อชีวิต สังคม และธรรมชาติอย่างถูกต้อง และมีความสุขในระดับชั้นต่าง ๆ จนถึงความเป็นอิสระภาพแห่งการพึ่งตนได้ โดยการหลุดพ้นจากการไถ่ทรมานหาสิ่งเสพบำเรอสุข

2. ระบบการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากถือเอามนุษย์ที่มีการพัฒนาในฐานะที่เป็นมนุษย์แล้วยังต้องถือเอามนุษย์ที่มีการพัฒนาในฐานะที่เป็นทรัพยากรมนุษย์เป็นแกนกลางใน ด้วยการเป็นปัจจัยตัวกระทำที่ไปประสานปรับเปลี่ยนบูรณาการในระบบสัมพันธ์ องค์ประกอบใหญ่ คือ ระบบมนุษย์ ระบบสังคม และระบบธรรมชาติ ให้เป็นระบบแห่งการดำรงอยู่ ด้วยดีของมนุษย์อย่างต่อเนื่องไป การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทั้งสาม ระบบดำเนินไปด้วยดี โดยที่ทุกส่วนเป็นปัจจัยส่งผลในทางเกื้อกูลแก่กันและดำรงอยู่ด้วยกันด้วยดี

ดังนั้นสรุปได้ว่า การพัฒนาแบบยั่งยืน ต้องมีการพัฒนาแบบสมดุลและผสมผสานในทุก ๆ องค์ประกอบทั้งการพัฒนาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม จิตใจมนุษย์ การเมืองและเศรษฐกิจ โดยไม่มุ่งพัฒนาเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น ต้องพิจารณาและพัฒนาทุกองค์ประกอบไปพร้อม ๆ กันอย่างเป็นภาพรวม

การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในการวางนโยบายสาธารณะของประเทศต่าง ๆ การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ก็ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนเช่นกัน (Goodwin and Santilli, 2009) แนวคิดเรื่องความยั่งยืนคือการสร้างสมดุลแบบบูรณาการระหว่างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ การดำรงรักษาคุณภาพของสภาพแวดล้อม และการดำรงรักษาสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางสังคม อันได้แก่ สถาบันครอบครัว อัตลักษณ์แห่งวัฒนธรรมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ อันได้แก่ รายได้และการจ้างงาน และใส่ใจคุณภาพของสภาพแวดล้อมด้วยแนวคิดของการอนุรักษ์

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

ดังนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน ต้องมีการพัฒนาแบบสมดุลและผสมผสานในทุก ๆ องค์ประกอบทั้งการพัฒนาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม จิตใจมนุษย์ การเมือง และเศรษฐกิจ โดยไม่มุ่งพัฒนาเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น ต้องพิจารณาและพัฒนาทุกองค์ประกอบไปพร้อม ๆ กันอย่างเป็นภาพรวม

จากผลการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชนและท้องถิ่นของ สุดถนอม ต้นเจริญ (2559) ชี้ให้เห็นว่า องค์กรชุมชนถูกจัดตั้งอย่างเป็นทางการ ทำให้มีการจัดการและการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ภายใต้จิตสำนึกในการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีการรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สิ่งสำคัญประการหนึ่ง ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน คือ การรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสาน สืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้ เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในความรู้สึกเป็น

เจ้าของ มีส่วนร่วมในรักษาทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด ในความหมายของผลกระทบด้านบวกของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

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

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็น สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม ของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ในการใช้การท่องเที่ยวสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ แผนงานจะต้องให้ความสำคัญกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพ สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การจัดการการท่องเที่ยวที่ดีคือการใช้ทรัพยากรที่ชุมชน มีอยู่อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน และเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยให้คนในชุมชนได้ร่วมมือร่วมใจกันตัดสินใจ วางแผน และดำเนินการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้น การมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ พร้อมทั้งส่งเสริมการรักษาศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และการรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในด้านวัฒนธรรมระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว (ไพรรณ แก้วสุริยะ, 2547)

เสรี วงษ์มณฑา (2565) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม จากวิถีชีวิตของสังคมและวัฒนธรรมชุมชน การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอาจจะส่งผลกระทบเชิงลบกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมี ความพยายามของภาคส่วนต่าง ๆ ที่จะปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน ไม่มีความเสื่อมโทรม จึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีคำอธิบายว่า การท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยว ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้มีการ เสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด เพื่อที่จะสามารถรักษา สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ไว้ได้ระยะยาว การท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมเศรษฐกิจและ สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในปัจจุบันและอนาคตที่จะเกิดขึ้นจากความต้องการของนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยว ได้สัมผัส เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ให้ผลตอบแทน

แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว รวมทั้งการคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมของชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่เคารพทั้งผู้คนในท้องถิ่น

จากข้อมูลที่ยกมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวบนฐานของความยั่งยืนบนฐานชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการในปัจจุบันได้โดยไม่ทำลายโอกาสของคนรุ่นต่อไปในการเข้าถึงทรัพยากรเหล่านั้น

หลักสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานชุมชน ได้แก่

1. คำนึงถึงผลกระทบทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม
2. ส่งเสริมคุณค่าและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
3. รับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
4. ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์จริง
5. สร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง
6. คืนประโยชน์กลับสู่ชุมชนและสิ่งแวดล้อม
7. เคารพวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

สรุปคือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นให้เกิดสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากร การสร้างรายได้ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นในระยะยาว

หลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวชุมชน คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ผ่านการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการจัดการทรัพยากร ภูมิปัญญาอันทรงคุณค่า สร้างสมดุลระหว่าง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนนำไปสู่คุณภาพชีวิต ความสุขของคนในชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

สม ตันเจริญ (2560) อธิบายการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน (Community Based Tourism-CBT) ว่า เป็นแนวคิดที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกนำมาจัดการในชุมชนท้องถิ่น ตลอด 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยรูปแบบของการจัดการโดยคนในชุมชน Etsuko (2008) ได้ศึกษาและพบว่า การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนเป็นตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ การมีส่วนร่วม การกระจายอำนาจ กระบวนการความร่วมมือ และความคิดสร้างสรรค์ ในกลุ่มสังคม การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนขยายตัวอย่างรวดเร็วและในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงภายในและภายนอกชุมชนมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบของการจัดการโดยชุมชนจะถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในระดับของการมีส่วนร่วมของชุมชน

ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน ประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

1. การให้ข้อมูลเพื่อใช้วางแผนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการมีส่วนร่วมในระดับต่ำสุดมักเป็นการวางแผนการท่องเที่ยวที่ชุมชนไม่ได้เป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยตรง หรือเป็นการวางแผนระดับมหภาค แต่ชุมชนมีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากการกำหนดนโยบายหรือแผนการท่องเที่ยว

2. การให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยว เป็นการมีส่วนร่วมที่ตัวแทนของชุมชนอาจเข้าร่วมอยู่ในคณะกรรมการ หรือการประชุมรับฟังความคิดเห็น เพื่อพิจารณาให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็น ความต้องการของชุมชนในโครงการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน

3. การดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เป็นการมีส่วนร่วมที่ชุมชน มีอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 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)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการเอง โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการใช้และดูแลทรัพยากร รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน เพื่อสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีและความสุขของคนในชุมชน ตลอดจนนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน.

บทบาทการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในชุมชน ใช้สิทธิในการเข้าถึงและรักษาคุ้มครองทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน รวมทั้งการร่วมกันตัดสินใจที่จะนำทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ปรัชญาของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่จะก่อให้เกิดการเสริมความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน เพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน ควรมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับของพื้นที่และกำหนดกฎระเบียบสำหรับการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยว
2. การพัฒนาและการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจะต้องอยู่ภายใต้หลักการและการอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน
3. การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องสอดคล้องกับบริบทของชุมชนทั้งในด้านสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งสภาพทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน
4. ต้องมีการเตรียมมาตรการป้องกันและควบคุมปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน ที่คาดว่าจะเกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวต้องรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยวต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง
6. การรับนักท่องเที่ยวจำนวนเท่าใด จะต้องคำนึงถึงสมรรถนะและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับได้ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอ่อนไหวของระบบนิเวศ
7. แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดสภาพแวดล้อม ให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ดี ถูกสุขลักษณะ ควบคุมคุณภาพอากาศและระดับเสียงที่จะมีผลต่อนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน
8. มีการกำหนดสัดส่วนรายได้ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวมาใช้ในการดูแลรักษาฟื้นฟูบูรณะ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ให้ความยั่งยืนเป็นแหล่งรายได้สำหรับคนในชุมชนสืบไป
9. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวจะต้องดูแลรักษาเอกลักษณ์และคุณค่าดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวไว้ โดยกำหนดมาตรการควบคุมไม่ให้มีการดัดแปลงสภาพแวดล้อม ควบคุมการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้กลมกลืนกับสภาพดั้งเดิม ไม่ลดคุณค่าความสำคัญและเอกลักษณ์ของชุมชน
10. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวต้องประสานกับหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมายให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด เพื่อปราบปรามผู้กระทำผิดกฎหมายอย่างจริงจัง ในการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมแบบที่มีคนในชุมชนมีส่วนร่วม

โดยสรุปได้ว่า การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้สิทธิ เข้าถึง และคุ้มครองทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงการร่วมกันตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนมีการเสนอแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้คำนึงถึงศักยภาพในการรองรับของพื้นที่และมีกฎเกณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวให้ดำเนินการภายใต้หลักการอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดำเนินการสอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของชุมชน ยกเว้นมาตรการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติอย่างน้อยปีละครั้ง ควบคุมจำนวนการรับ

นักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสมรรถนะของพื้นที่ ให้ความสำคัญคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ถูกสุขลักษณะและเหมาะสมต่อชุมชนและนักท่องเที่ยวและจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูและดูแลแหล่งท่องเที่ยว รักษาเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ควบคุมการก่อสร้างให้กลมกลืนกับสภาพเดิม ใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรยึดหลักการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ พร้อมคำนึงถึงความยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ โดยต้องมีการวางแผนทางและควบคุมอย่างเป็นระบบเพื่อรักษาทรัพยากรและเอกลักษณ์ของชุมชนให้คงอยู่ต่อไป

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards (2010) เสนอแนะว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 11 ปัจจัย ได้แก่

1. พื้นที่จะต้องมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายกระจายตัวอยู่ตามชุมชนต่าง ๆ
2. การมีส่วนร่วมจากชุมชนในท้องถิ่นที่มีความยินดีที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. มีพันธมิตรรวมตัวกันเป็นเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. มีการวางแผนระยะยาวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมาช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดีการกำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
7. การมีอิสรภาพในการบริหารจัดการ
8. มีการสื่อสารและการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
9. มีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอในการดำเนินการ
10. มีผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง
11. การเมืองในชุมชนต้องมีเสถียรภาพ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รวมพลังร่วมมือกันทำงานอย่างปราศจากความขัดแย้ง

Batey (2012) ได้กล่าวไว้ว่า UNESCO ได้ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนใน

การดำเนินชีวิตของชุมชน โดยชุมชนจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชน ในมิติของการเรียนรู้และการทดลองปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เพื่อให้ได้ประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนจะต้องสามารถใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนกับผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน จากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้ มีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มประสบการณ์ตรงที่ได้จากกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และสร้างคุณค่าชุมชนผ่านวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย 4.0 ที่จะช่วยพัฒนาประเทศสอดคล้องกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวใหม่ที่เน้นความผูกพันระหว่างผู้มาเยือนและชุมชนผ่านการเรียนรู้ และประสบการณ์ตรง

ชิตชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล (2562) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้นอีกระดับหนึ่ง โดยเน้นการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงวัฒนธรรมได้มากยิ่งขึ้น โดยการร่วมปฏิบัติเรียนรู้จากการลงมือทำร่วมกับเจ้าบ้านหรือผู้รู้ในแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ เป็นการใช้ประโยชน์จากการใช้ทักษะเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นในการกระตุ้นการท่องเที่ยวในชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชน ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่มีความหมายมากขึ้นระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว

จิตคุปต์ ละอองปลิว (2562) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการทัศนศึกษาใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน UNESCO มีการกำหนดนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะที่สืบสานกันมาในท้องถิ่น ก่อให้เกิดความเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่ยังอาศัยอยู่ในชุมชนที่จะเป็นผู้สร้างสรรค์ที่ทำให้วัฒนธรรมของท้องถิ่นได้รับการสืบสานให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน (Raymond, 2008) หลายประเทศได้เริ่มนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของแต่ละพื้นที่

Techakana (2022) มองว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนต่อขยายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เปลี่ยนจากการ “ไปดูและไปเรียนรู้” มาเป็นการ “ทำ” ซึ่งเป็นลักษณะของ “อุตสาหกรรมประสบการณ์” ที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ไม่มีกิจกรรมอะไรทำเลย และจะแสวงหาโอกาสในการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นวัฒนธรรม

ของจริงในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือน ผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยินดีจ่ายราคาแพงเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่พวกเขาคิดว่า พวกเขามีศักยภาพ พวกเขาต้องการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ที่สูงอายุมากกว่าผู้เชี่ยวชาญที่อายุน้อย พวกเขาแสวงหา กิจกรรมสร้างสรรค์หลาย ๆ อย่าง และต้องการบริการที่ดีในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้พื้นที่มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว จะต้องมีการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เสริมประสบการณ์ของการท่องเที่ยว

Kwong (2017) กล่าวว่า องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization-WTO) คาดหวังว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเติบโตอย่างรวดเร็ว Techakana (2022) กล่าวว่า สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยว คือ เครื่องจักรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อกำจัดความยากจน ยุทธศาสตร์การพัฒนาในยุคประเทศไทย 4.0 ให้ความสำคัญกับ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” และการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่รัฐบาลต้องการที่จะส่งเสริมเพื่อเศรษฐกิจของประเทศเติบโต (สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2017) แสดงให้เห็นว่า ยุทธศาสตร์ของประเทศไทยสอดคล้องกับเป้าหมายของ WTO ที่มุ่งเน้นวัตถุประสงค์ของการพัฒนา 5 ประการ คือ 1) เติบโตอย่างยั่งยืน 2) กำจัดความยากจน 3) ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและดำรงรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม 4) มีความชื่นชมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการสืบสาน และ 5) มีความเข้าใจซึ่งกันและกันเพื่อสันติภาพและความมั่นคง ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ จะต้องพัฒนาบนปรัชญาของความยั่งยืน

United Nation Educational, Scientific, and Cultural Organization-UNESCO (2006) นิยาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีความมุ่งหมายในการพัฒนาชุมชนให้ เป็นชุมชนท่องเที่ยวเป้าหมายที่ยังดำรงรักษาวิถีชีวิต การสืบสานวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของชุมชนไว้้อย่างยั่งยืน Ababneh (2012) นิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวประเภท ที่ให้โอกาสแก่นักท่องเที่ยวที่จะได้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ด้วยการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ การท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชุมชนที่ไม่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งก่อสร้าง เช่น โบสถ์ วัด วัง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน พิพิธภัณฑ์ หรือสิ่งที่จับต้องได้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวจาก “อุตสาหกรรมบริการ” มาเป็น “อุตสาหกรรมแห่งประสบการณ์” ที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจและน่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยว

Pavic & Armensky (2018) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต้องมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสร้างสรรค์ในชุมชน 2) ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่เป็นผลผลิตของกิจกรรมสร้างสรรค์ 3) การบวนการของการสร้างสรรค์ และ 4) บรรยากาศที่กระตุ้นการสร้างสรรค์ และ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Techakana (2021) ตอกย้ำว่า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาจะต้องปฏิบัติตามหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน

Kwong (2017) กล่าวว่า WTO คาดหวังว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะนักท่องเที่ยวสนใจที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตที่เป็นวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) ของท้องถิ่นต่าง ๆ การสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวร่วมผลิตสิ่งของที่เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ทำหาย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ในชุมชน และสิ่งที่เป็นผลผลิตหรือผลลัพธ์ของการร่วมสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Richards (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้ด้วยการ “กระทำ” (Active Learning) มากกว่า “การดูและเรียนรู้เฉย ๆ (Passive Learning)” แทนที่การท่องเที่ยวจะเป็นการไปดูวัด โบสถ์ วัง หรืออนุสาวรีย์ การท่องเที่ยวจะกลายเป็นโอกาสของการร่วมผลิต ร่วมกระทำ ร่วมกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ ร่วมแสดง ร่วมเล่นดนตรี ร่วมทำอาหาร ร่วมเล่นกีฬา ร่วมเล่นเกมเชิงวัฒนธรรม

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนขยายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เปลี่ยนจากการท่องเที่ยวที่ไม่มีการกระทำ (Passive Tourism) ที่มีเพียงการ “ดูและเรียนรู้” มาเป็นการท่องเที่ยวที่มีการกระทำ (Active Learning) ด้วยการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกับคนในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ได้เข้าใจวัฒนธรรมที่แท้จริงของชุมชนในขณะที่ได้ทดสอบศักยภาพด้านสร้างสรรค์ของตนเอง เป็นการได้ฝึกฝนทักษะด้านการสร้างสรรค์ของตนเองในบริบทของชุมชน (Richard and Raymond, 2000) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน ก่อให้เกิดความเข้าใจความคิดและค่านิยมของคนในพื้นที่อย่างลึกซึ้ง ทำให้เข้าใจระบบนิเวศของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง (Wisuthiluck, 2015) สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมในนิยามของสหประชาชาติ (United Nation, 2015) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีบทบาทในการวางแผนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ทำให้พวกเขามีโอกาสได้รับผลประโยชน์จากการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่

ต่อมา Richards & Raymond (2002) อธิบายเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เติบโตได้ เพราะ 1) เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่า “ดูและเรียนรู้เฉย ๆ” 2) เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดนวัตกรรมของผลผลิตในรูปแบบต่าง ๆ 3) เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนพัฒนาความสามารถด้านการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของชุมชนเพื่อการสืบสาน 4) เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวใช้ศักยภาพด้านสร้างสรรค์ในการสร้างผลผลิตเป็นของที่ระลึกที่ทำเองแล้วนำกลับไปบ้าน และ 5) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ “ทำกิจกรรมอะไรบางอย่าง” ที่มากกว่า “การดูและการเรียนรู้เฉย ๆ”

Fernandes & Racho (2014) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป พวกเขาต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น อยากรู้สึกถึงการร่วมทำกิจกรรม พวกเขาอยากสัมผัสวัฒนธรรมที่แท้จริงในบรรยากาศที่แท้จริง

พวกเขาต้องการนำเสนอศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปหัตถกรรม การทำอาหาร การทำไร่ทำสวน การแสดง การเล่นเกม ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้เกิดจากการที่ผู้คนสามารถ เชื่อมต่อกันทั่วโลกด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้ที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต้องตระหนักไว้ว่าแม้ในชุมชนไม่มีสิ่งก่อสร้างทางวัฒนธรรม อย่างเช่น วัด วัง โบสถ์ วิหาร พิพิธภัณฑสถาน อนุสาวรีย์ ชุมชนของเขายังมีกิจกรรมสร้างสรรค์เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอาคารที่แสดงวัฒนธรรมด้าน การออกแบบและสถาปัตยกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจจะเป็นทางเลือกกว่าจะพัฒนา การท่องเที่ยวด้านนี้หรือไม่ แต่สำหรับชุมชนที่ไม่มีอาคารที่แสดงวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวมาร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่จำเป็น ถ้าหากต้องการใช้ การท่องเที่ยวเป็นเครื่องจักรในการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่น Richards (1999) ยืนยันว่าผลการวิจัย ของเขาพบว่าเมืองเล็ก ๆ สามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้สำเร็จ ถ้าหากพวกเขาใช้กิจกรรม การสร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยวแนะนำให้แก่นักท่องเที่ยว ที่ต้องการทดสอบศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนเอง คนในชุมชนต้องทำกิจกรรมชุมชนศึกษา เพื่อสำรวจว่า ในชุมชนมีกิจกรรมการสร้างสรรค์อะไรที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

Richards (2019) ก็แนะนำว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ จะต้องอาศัย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) กิจกรรมการสร้างสรรค์ต้องมีเสน่ห์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) คน ในชุมชนต้องได้รับการพัฒนาให้มีความพร้อมที่จะเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จะ เข้ามาในชุมชนเป็นจำนวนมาก และ 3) จะต้องมีการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้ชุมชน โดยต้องตระหนักว่าผู้เชี่ยวชาญการสร้างสรรค์ในชุมชน คือ ทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่จะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

Techakana (2022) กล่าวว่า ตามหลักการของการพัฒนาบนฐานทรัพยากร (Resource-Based View Development) ผู้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องคัดเลือกกิจกรรมการสร้างสรรค์ ตามแนวทางของ VURIO กล่าวคือ ต้องเลือกกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยว (Valuable) เป็นกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ (Unique) เป็นกิจกรรมที่หายาก (Rare) เป็นกิจกรรมที่คนอื่นเลียนแบบ ไม่ได้ (Inimitable) และองค์กรต้องมีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรดังกล่าว (Organization) ในขณะเดียวกันผู้เชี่ยวชาญการสร้างสรรค์ของชุมชนต้องเรียนรู้ที่จะปฏิสัมพันธ์กับ นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและพึงจดจำ สำหรับนักท่องเที่ยว

เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากประสบการณ์ของการ “ดูและ การเรียนรู้เฉย ๆ” มาเป็นประสบการณ์ของการ “ทำอะไรบางอย่าง” ด้วยการทำกิจกรรมร่วมกับ

คนในชุมชน Suttipisan (2013) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมีองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ 1) ต้องศึกษาทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมานำเสนอเป็นสินค้าการท่องเที่ยวของชุมชน 2) ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้นักท่องเที่ยว 3) ผลิตสินค้าและเสนอกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน และ 4) สร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงบันดาลใจที่จะใช้ศักยภาพการสร้างสรรคของพวกเขาผลิตสิ่งของ แสดงและมีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน ทั้งการทำงาน การกีฬา การเล่นเกมต่าง ๆ และสิ่งที่สำคัญ คือ คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เรื่องการวางแผน การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ดังนั้นการสร้างเครือข่ายของคณะทำงานที่จะทำงานร่วมกันแบบบูรณาการที่ปราศจากความขัดแย้งจึงเป็นเรื่องที่จำเป็น

Techakana (2020) กล่าวว่า ความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐและคนในชุมชน คือ อุปสรรคที่คณะทำงานจะต้องเอาชนะให้ได้ ทั้งนี้เพราะเจ้าหน้าที่ภาครัฐจะให้ความสำคัญกับการทำตามนโยบายที่วางไว้ ในขณะที่ผู้ประกอบการและคนในชุมชนต้องการความสำเร็จของธุรกิจ จากการวิจัย Techakana (2022) พบว่า ในการจะดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้เชี่ยวชาญการสร้างสรรคในชุมชนที่เป็นคนสอนนักท่องเที่ยวต้องมีทักษะของการเป็นนักแสดง (Showmanship) ในการนำเสนอ กิจกรรมการสร้างสรรคแก่นักท่องเที่ยว พวกเขาจะต้องเป็นคนมีชื่อเสียงที่มีบุคลิกที่เป็นมิตร โดยเฉพาะผู้เชี่ยวชาญที่สูงวัย ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวอยากเรียนรู้กิจกรรมการสร้างสรรคจากผู้สูงวัยมากกว่าจากหนุ่มสาว ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้สูงวัยต้องมีทักษะในการถ่ายทอดความชำนาญของพวกเขาให้นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นควรมีการฝึกอบรมผู้เชี่ยวชาญการสร้างสรรคที่สูงวัยในชุมชนให้มีทักษะในการสอน ในการนำเสนอ

จากข้อความข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า จากการเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างสรรคแล้ว นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมีความต้องการที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตที่เป็นวัฒนธรรมที่แท้จริงของคนในชุมชนอีกด้วย พวกเขา mong ว่าวิถีชีวิตที่แท้จริงของชุมชนเป็นสิ่งแปลกแตกต่างไปจากวิถีชีวิตในภูมิลำเนาของพวกเขา การได้สัมผัสและมีประสบการณ์กับวิถีชีวิตที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติของชุมชนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเรียนรู้ของพวกเขา ดังนั้นผู้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องจัดการท่องเที่ยวที่ให้ออกาสนักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตที่แท้จริงของคนในชุมชนเป็นการเพิ่มเติมคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชนเพื่อทำกิจกรรมการสร้างสรรค

ชุมชนที่มีกิจกรรมการสร้างสรรคที่หลากหลาย จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมีส่วนร่วมกิจกรรมการสร้างสรรคในชุมชนได้ดีกว่าชุมชนที่มีกิจกรรมการสร้างสรรคเพียงเรื่องเดียว ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องการที่จะมีทางเลือกกว่าจะเข้าร่วมในกิจกรรมการสร้างสรรคใดที่มีอยู่ในชุมชนที่พวกเขาไปเยือน นอกเหนือจากกิจกรรมการสร้างสรรคและการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่ชุมชนนำเสนอให้แก่

นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้ว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่จะเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก

ในขณะเดียวกัน การพัฒนาคนในชุมชนให้มีจิตวิญญาณของการเป็นทูตของชุมชน เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นผู้ให้บริการที่ดี ทุกสิ่งนี้เป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องการความสะดวก ความสบายจากประสบการณ์ที่ได้มีเยือนชุมชนสร้างสรรค์ พวกเขาต้องการได้รับการบริการระดับโลก (World Class Services) ที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้ประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชนเป็นความทรงจำที่น่าประทับใจ

การสร้างสรรค คือ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนจะมีการปฏิสัมพันธ์กัน เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม คนในชุมชนจะต้องเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของกิจกรรมดังกล่าว และจะต้องเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสด้วยอายตนะทั้ง 5 เนื้อเรื่องที่เล่าต้องแสดงให้เห็นความเป็นเอกลักษณ์ของกิจกรรม นอกจากการเล่าเรื่องแล้ว บรรยากาศของสถานที่จัดกิจกรรมสร้างสรรค์จะต้องสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากมีส่วนร่วมสำหรับบรรยากาศของกิจกรรมการสร้างสรรคคือ ขนาดของพื้นที่ สีของพื้นที่ อุณหภูมิของพื้นที่ กลิ่นของพื้นที่ ดนตรีประกอบในการจัดกิจกรรม และอุปกรณ์ที่จะใช้ในการจัดกิจกรรม โดยผู้ที่ออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์จะต้องรู้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มใด คือ กลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จัดขึ้นในชุมชน

โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวคิดใหม่ ผู้ให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ Richards & Raymond (2000) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ในการวางแผนการท่องเที่ยววัฒนธรรม เป็นวิถีใหม่ที่เปลี่ยนจากการเที่ยวชมแบบไม่มีการกระทำกิจกรรมใด ๆ มาเป็นการท่องเที่ยวที่มีการทำกิจกรรมบางอย่าง Richards & Wilsons (2006) ให้แนวคิดเกี่ยวกับภูมิวัฒนธรรมใหม่ โดยกล่าวว่า งานเทศกาล การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ถิ่นฐานทางวัฒนธรรม การสืบสานประเพณีต้องมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ในแนวใหม่จากการเยี่ยมชมที่ไม่มีการกระทำใด ๆ มาเป็นการกระทำบางสิ่งบางอย่างที่เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน

คุณลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น UNESCO (2006) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเดินทางเพื่อไปมีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอันแท้จริง เพื่อเรียนรู้เรื่องศิลปะ การสืบสานวิถีชีวิต วัฒนธรรมนิยมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เชื่อมโยงกับคนในชุมชน Smith (2009) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือได้ว่าเป็นแขนงหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน Óbidos, et al. (2011) กล่าวว่า ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ก็คือ การที่นักท่องเที่ยว

ได้ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่แท้จริงร่วมกับคนในชุมชน กำเนิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เกิดจากแนวคิดที่ว่าทุกชุมชนต่างก็มีวิถีแห่งวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่อยากจะมาสัมผัสกับวิถีวัฒนธรรมเหล่านั้นด้วยการมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมอะไรบางอย่างร่วมกับคนในชุมชน พวกเขาจึงพยายามที่จะไปท่องเที่ยวยังที่แห่งใหม่ เรียนรู้วัฒนธรรมที่ไม่คุ้นเคยด้วยประสบการณ์ของการกระทำที่มากกว่าการไปเยี่ยมชมหรือไปเรียนรู้โดยไม่ได้ทำกิจกรรมอะไรเลย และประสบการณ์ที่พวกเขาต้องการ คือ “วัฒนธรรมที่แท้จริง” ไม่ใช่การปรุงแต่ง หรือการปรับเพื่อความสะดวกในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวในเชิงพาณิชย์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ (2555) ให้ข้อมูลว่าประเทศไทยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยแนวคิดในการสร้าง “คุณค่าเพิ่ม” ให้การท่องเที่ยวเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจของประเทศ ต้องยอมรับว่าในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ มีพลังดึงดูดนักท่องเที่ยวลดลง ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องแสวงหาการพัฒนาการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นคำตอบด้วยการกำหนดพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้โครงการ Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (DASTA) เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนต่าง ๆ ที่ได้รับการคัดสรรว่าเหมาะที่จะเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยให้ชุมชนมีอำนาจในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยปรัชญาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดำรงรักษาและสืบสานวัฒนธรรมที่แท้จริงของชุมชน ให้โอกาสคนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาวัฒนธรรมของการนำเสนอวัฒนธรรมชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ด้วยแนวคิด “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน” เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนอย่างยั่งยืน

หลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน
2. เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน
3. ความเข้าใจจิตวิญญาณและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างลึกซึ้งคือหัวใจของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ตรงในการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ๆ
6. มีการร่วมทำกิจกรรมแทนการเยี่ยมชมเฉย ๆ

7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกการทำกิจกรรมต่าง ๆ

8. ทั้งกระบวนการ ทั้งประสบการณ์ ทั้งผลผลิตจากการสร้างสรรค์ต้องมาจากวัฒนธรรมที่เป็นของจริงในชุมชน

9. สร้างความทรงจำจากหลักการที่ว่า “ได้ฟังเดี๋ยวก็ก็นึก ได้เห็นพอจำได้บ้าง ได้ทำก็จะเข้าใจ และจดจำความคิดอันเป็นที่มาของกิจกรรม”

10. เป็นกิจกรรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล

โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวชุมชนจะต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมให้เต็มศักยภาพ เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นสำหรับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

ในขณะเดียวกัน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2018) กล่าวว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนใดชุมชนหนึ่ง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนา จะต้องยึดหลักดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องได้รับการออกแบบบนพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

2. คนเล่าเรื่องและศิลปินผู้ชำนาญการสร้างสรรค์ในชุมชนจะต้องเล่าเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์ที่น่าสนใจและสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์

3. กิจกรรมการสร้างสรรค์ต้องได้รับการออกแบบให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ที่สนุกในการเข้าร่วมกิจกรรมกับครูของชุมชนที่ก่อให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมชุมชนอย่างลึกซึ้ง

4. กิจกรรมการสร้างสรรค์จะต้องก่อให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ด้านวัฒนธรรมสำหรับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

5. กิจกรรมการสร้างสรรค์จะต้องเข้าถึงทั้ง 5 आयตนะของการสัมผัสอย่างน่าประทับใจ

6. สถานที่ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ต้องมีบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวอยากแสดงศักยภาพในการสร้างสรรค์

7. กระบวนการของการจัดกิจกรรมการสร้างสรรค์ต้องดำเนินอย่างราบรื่นทุกขั้นตอน

8. กิจกรรมการสร้างสรรค์ต้องได้รับการออกแบบให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนเองที่อาจจะก่อให้เกิดนวัตกรรมบางอย่าง

9. คนออกแบบกิจกรรมจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้าให้กับกิจกรรมด้วยการรณรงค์ทางการตลาด

10. คนออกแบบกิจกรรมจะต้องสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์ของกิจกรรมที่จะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบัน เมื่อหลายพื้นที่มีการใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน การแข่งขันรุนแรงขึ้น การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมสร้างสรรค์ของชุมชนจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในการสื่อสารเรื่องราวของกิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชนให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์

การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมสร้างสรรค์

เสรี วงษ์มณฑา (2565) กล่าวว่า การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค์ หมายถึง การสื่อสารเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักกิจกรรมการสร้างสรรค์ (Awareness) โดยการเล่าเนื้อหาที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ (Appeal) เกิดความต้องการที่จะได้ถาม (Ask) ขอความรู้เพิ่มเติม จนเกิดการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ (Act) และเกิดความประทับใจจึงแนะนำให้คนอื่นทำตาม (Advocate) การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค์เป็นที่รู้จักด้วยความชื่นชมจนเข้าร่วมกิจกรรม จะทำให้นักท่องเที่ยวจดจำประสบการณ์ที่ประทับใจได้ดี และพร้อมที่จะแนะนำให้คนอื่นทำตาม การสร้างตราสินค้าคือการสร้างภาพลักษณ์ให้กิจกรรมการสร้างสรรค์ด้วยการบ่งบอกอัตลักษณ์ของกิจกรรมให้มีความเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ ด้วยการเล่าเรื่องเล่าความหมาย เล่าสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกิจกรรมให้น่าสนใจและเป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยวย การสร้างตราสินค้าเป็นการสร้างความประทับใจด้วยเนื้อหาที่แสดงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกิจกรรมสร้างสรรค์ นอกเหนือจากการเล่าเรื่องแล้ว ประสบการณ์ตรงที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ดี การสร้างตราสินค้าเมื่อประสบความสำเร็จกิจกรรมสร้างสรรค์ภายใต้ตราสินค้านั้นจะมีคุณค่าอันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เรียกว่า Brand Equity ที่วัดได้จาก 4 ปัจจัย ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมองว่ากิจกรรมสร้างสรรค์นั้นมีความแตกต่างจากกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ อย่างชัดเจน

2. นักท่องเที่ยวยินดีเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าวโดยไม่เกี่ยงราคา แม้ว่าราคาจะสูงก็ตาม

3. นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าวนั้นอีก เมื่อมีโอกาส

4. นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเต็มใจที่จะแนะนำให้คนอื่นมาร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์

ดังกล่าว

เมื่อกิจกรรมสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวที่เคยมาแล้ว มีความตั้งใจที่จะมาอีก ธุรกิจสร้างสรรค์ดังกล่าว ก็จะมีความยั่งยืน และเมื่อนักท่องเที่ยวยินดีแนะนำคนอื่นให้ทำตาม ธุรกิจสร้างสรรค์ดังกล่าว ก็มีโอกาที่จะเติบโตเนื่องจากกิจกรรมสร้างสรรค์มีแนวคิดที่จะมีราคาสูง ดังนั้นบรรยากาศของ

สถานที่ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์จะต้องดูดีมีรสนิยมมีระดับเป็นสถานประกอบการสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง

ในการสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค์จะต้องมีแผนงานด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเล่าเรื่องราวของกิจกรรมการสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก เกิดความพึงพอใจและแรงบันดาลใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค์เพื่อพิสูจน์ศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนเอง ในการสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค์ของชุมชน จะต้องเริ่มต้นด้วยการบูรณาการไตรภาคีของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการร่วมกันสร้างกิจกรรมการสร้างสรรค์ให้มีความน่าสนใจ มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีความแตกต่างจากกิจกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

การสร้างตราสินค้าให้กิจกรรมการสร้างสรรค์ จะต้องใช้ทั้งการสื่อสารและการสร้างประสบการณ์ตรงที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจที่ทำให้อยากกลับมาเยือนอีก และพร้อมที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเยือนพื้นที่ดังกล่าว โดยเน้นให้เห็นคุณค่าอันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกิจกรรมการสร้างสรรค์ในพื้นที่ดังกล่าว

Richards (2010) เสนอแนะว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 11 ปัจจัย ได้แก่

1. พื้นที่จะต้องมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายกระจายตัวอยู่ตามชุมชนต่าง ๆ
2. การมีส่วนร่วมจากชุมชนในท้องถิ่นที่มีความยินดีที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. มีพันธมิตรรวมตัวกันเป็นเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. มีการวางแผนระยะยาวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมาช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดีที่กำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
6. มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
7. การมีอิสรภาพในการบริหารจัดการ
8. มีการสื่อสารและการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
9. มีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอในการดำเนินการ
10. มีผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง
11. การเมืองในชุมชนต้องมีเสถียรภาพ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องข้องในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รวมพลังร่วมมือกันทำงานอย่างปราศจากความขัดแย้ง

สรุปได้ว่า การสร้างตราสินค้ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การวางแผนอย่างรอบด้าน และการเน้นคุณค่าเฉพาะของพื้นที่เพื่อสร้างความยั่งยืนและความภาคภูมิใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนเอง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

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

ฉิชาพิชญ์ กลิ่นชื่น (2560) กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอันนันทนาการมากยิ่งขึ้น จากแนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ นำชุมชน จังหวัด และประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน โดยการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ซึ่งมีความพึงพอใจที่มีค่าควรแก่การจดจำให้กับนักท่องเที่ยว โดยบูรณาการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวในสื่อต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักพื้นที่ 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)

Lfzel, et al. (2007) ให้ความหมายของการสื่อสารทางการตลาดไว้ว่า การสื่อสารทางการตลาดเป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด โดยมีหน้าที่ในการให้ข้อมูล จูงใจ และช่วยในการเตือนความทรงจำเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และองค์กรที่เสนอขาย โดยมีความมุ่งหวังที่จะให้มีอิทธิพลในการสร้างความเชื่อ ความรู้สึกที่ดี รวมถึงพฤติกรรมการแสดงออกของผู้ซื้อ

Peter & Olsen (2008) ให้ความหมายของการสื่อสารทางการตลาดไว้ว่า เป็นการนำเสนอข้อมูลที่นักการตลาดพัฒนาขึ้น เพื่อใช้ในการสื่อความหมายเกี่ยวกับสินค้าของเขารวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้านั้น

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

เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (ในลักษณะสอดคล้องและส่งเสริมกัน ส่งผลให้เกิดความรับรู้และนำไปสู่พฤติกรรมของผู้บริโภค)

สิทธิ์ อีรสรณ์ (2551) ระบุว่า การสื่อสารการตลาด หมายถึง องค์ประกอบในส่วนประสมทางการตลาดของตราผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ที่ทำให้การแลกเปลี่ยนในการดำเนินธุรกิจเกิดขึ้นได้มากขึ้น โดยผู้ทำการสื่อสารทางการตลาดจะมุ่งทำการตลาดให้แก่ตราผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้า วางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง และบอกกล่าวให้ผู้รับสารเป้าหมายทราบความหมายของตราผลิตภัณฑ์

ชูษณะ เตชคณา (2565) ให้หลักการในการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารไว้ดังนี้

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

ชูษณะ เตชคณา (2565) เสนอแนะว่าการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคนี้จะต้องใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นผู้ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องเรียนรู้สถานะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน

สถานะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน

Pineiro-Otero & Martínez-Rolan (2012) กล่าวว่า สถานการณ์ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน มีประเด็นที่เป็นปรากฏการณ์ของช่องทางการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่หลากหลายประเด็น ดังนี้

1. เป็นช่องทางการสื่อสารที่พัฒนาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) และเทคโนโลยีโทรคมนาคม (Telecommunication Technology)
2. เป็นช่องทางการสื่อสารที่ผู้ส่งสารสามารถใส่สาระของการสื่อสารการตลาดเข้าไปใน Search Engines อย่างเช่น YouTube และ Google
3. เป็นช่องทางของการสื่อสารเรื่องราวของสินค้า องค์กร และผู้บริหารขององค์กรผ่าน Website ขององค์กรเอง (Sponsor Web)
4. เป็นช่องทางเผยแพร่การวิเคราะห์และวิพากษ์สินค้าและบริการโดยผู้นำทางความคิดคนดัง 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) เพราะตามหลักการของการเรียนรู้นั้น การเรียนรู้แบบมีกิจกรรมบางอย่าง จะเรียนรู้ได้เร็วกว่าการอ่าน การดู การฟัง จากสื่อสารมวลชน โดยไม่ได้ทำกิจกรรมอะไรเลย หน้าที่ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง Smart Phone, Tablet, Personal Computer (PC) และ Notebook หรือ Laptop กลายเป็นประตูสู่การทำกิจกรรมร่วมกับตราสินค้า (Brand Engagement) ที่มีประสิทธิภาพเหนือสื่อสารมวลชน

10. ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล มีลักษณะการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ Multitask นั่นคือ ใช้หน้าจอ (Screen) มากกว่าหนึ่งจอ ในเวลาเดียวกัน ทั้งโทรทัศน์ Smart Phone และ Tablet ในเวลาเดียวกัน คือดูโทรทัศน์ ใช้ Applications ต่างๆ ใน Smart Phone และ Tablet ไปพร้อม ๆ กันในขณะเดียวกันอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ก็มีความสามารถแบบ Multitasking เช่นกัน เพราะ Smart Phone จะทำหน้าที่ได้หลายอย่าง ทั้งเป็นโทรศัพท์ เป็นกล้องถ่ายรูป เป็นคอมพิวเตอร์ และเป็นอะไรได้อีกหลายอย่างสำหรับการติดต่อสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์ของคนในยุคดิจิทัล

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

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

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

14. เนื้อหาของการสื่อสารที่นิยมใช้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์คือการสื่อสารการตลาดในรูปแบบละครสั้นเป็นตอน ๆ (Webisodes) ต่อเนื่องกัน หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าในรูปแบบข่าวแฝง การสื่อสารการตลาด (Infomercial)

จากปรากฏการณ์ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ชัดเจนว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เปิดโอกาสให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่เคยมีปัญหาด้านงบประมาณการซื้อพื้นที่และเวลาในสื่อสารมวลชนเพื่อการสื่อสารการตลาดทั้งนี้เพราะการใช้งบประมาณในการผลิตและการลงข้อความ การสื่อสารการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นต่ำกว่าการซื้อพื้นที่และเวลาในสื่อสารมวลชนเป็นอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดที่เกิดขึ้นเพราะวิวัฒนาการและการดำรงอยู่ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีดังต่อไปนี้

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 หลากหลาย

ช่องทางทั้ง Fan page, Facebook, Instagram, Blog, และ Twitter รวมทั้งการบรรจุข้อความลงใน Google และ YouTube ตลอดจนการจัดส่ง E-Mail ให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

3. สื่อที่ได้ฟรี (Earned Media) คือการได้เป็นข่าวเผยแพร่ในสื่อสารมวลชน โดยที่เจ้าของสินค้าไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ทั้งนี้เพราะเรื่องราวของตราสินค้ามีลักษณะ แปลก (ไม่เหมือนใคร) ใหม่ เป็นสิ่งแรกในตลาดใหญ่ (เป็นเรื่องที่มีความสำคัญ) และ ดั่ง (มีคนตั้งเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย) ที่สำคัญ ก็คือ ข้อความของการสื่อสารการตลาดที่สื่อมวลชนนำเสนอในรูปแบบของข่าวและบทความ มีความน่าเชื่อถือสูงกว่าข้อความการสื่อสารการตลาดที่มาจากการวางแผนของเจ้าของตราสินค้า

4. สื่อที่มาจาก การแบ่งปัน (Shared Media) เป็นสื่อที่ได้มาโดยไม่ต้องใช้งบประมาณเช่นกัน โดยข้อความที่ปรากฏบนพื้นที่ของ Social Media นั้นอาจจะมาจากเจ้าของตราสินค้าหรือผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้า เมื่อข้อความนั้นน่าสนใจเป็นพิเศษ เรียกว่า Buzz ก็จะมีคนที่ได้พบเห็นแบ่งปันให้เพื่อนเสมือนที่อยู่ในเครือข่ายสังคมของเขาได้รับรู้ ถ้าหากมีการแบ่งปันกันจำนวนมาก แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ข้อความนั้นก็จะเป็น Viral Messages ซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ของการตลาดยุคดิจิทัลที่เรียกว่า Viral Marketing และถ้ามีการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้บริโภคในเครือข่ายทางสังคม เจ้าของตราสินค้าจะต้องกำหนดให้มีพนักงานเข้าร่วมสนทนาด้วย เป็นไปตามอีกหลักการหนึ่งของการตลาดดิจิทัลที่เรียกว่า Engagement Marketing ที่ให้ความสำคัญกับการสนทนาปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคบนพื้นที่ของ Social Media ข้อความที่ผู้บริโภคแบ่งปันให้เพื่อนใน Social Media จะมีความน่าเชื่อถือสำหรับผู้บริโภค ทั้งนี้เพราะในสายตาของผู้บริโภค เพราะพวกเขามองว่าข้อความที่ปรากฏในพื้นที่ดังกล่าวเป็นข้อความแบบ “อาสาสมัคร (Volunteer Message)” ที่ผู้เขียนข้อความไม่ได้ประโยชน์อะไร แต่เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการแสดงความคิดเห็นและการเสนอแนะให้แก่ผู้อื่นในเครือข่ายสังคมด้วยความจริงใจ หากข้อความเหล่านี้มีลักษณะเป็นการสร้างเสริมตราสินค้า บางคนก็เรียกสื่อที่ผู้บริโภคช่วยกันแสดงความคิดเห็นตราสินค้านี้ว่า Curate Media คือ สื่อที่มีข้อความสนับสนุนตราสินค้าที่มาจากคนอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของตราสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามาจากผู้นำทางความคิดหรือผู้มีอิทธิพลทางความคิดทั้งในสื่อสารมวลชนและสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะได้รับความน่าเชื่อถือสูงมาก

จากสถานะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงต้องใช้การสื่อสารแบบดิจิทัลที่ทั้งมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งยังเป็นการประหยัดงบประมาณอีกด้วย

Digital Marketing

Dodson (2016) กล่าวว่า คำว่า Digital Marketing ถือว่าเป็นคำกลางที่ใช้สำหรับการทำการตลาดที่อาศัย เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด โดยที่เทคโนโลยีดิจิทัลนั้น บางครั้งก็เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitator) บางครั้งก็เป็นสิ่งที่ทำให้การกระทำบางสิ่งบางอย่างเป็นไปได้ (Enabler) และภายใต้คำว่า Digital Marketing นี้เองหากจะมองเข้าไป

ข้างในขอบเขตของการทำธุรกิจดังกล่าว เราก็จะพบแนวทางของการตลาดอื่น ๆ อีกมากมายที่อาจจะเรียกได้ว่า เป็นการแจกลูกของ Digital Marketing ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การตลาดที่เป็นยุทธศาสตร์หลักในยุคสมัยที่ผู้บริโภคได้กลายเป็นพลเมืองของประเทศดิจิทัล (Natives of Digital Nation) ไปแล้ว เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดแบบ ดิจิทัลในยุคดังกล่าวนี้ นักการตลาดจะต้องลงรายละเอียดของการดำเนินงานด้านการตลาดของแต่ละยุทธศาสตร์การตลาด ที่เป็นการแจกลูกของ Digital Marketing

ชูษณะ เตชคณา (2565) ให้รายละเอียดการตลาดดิจิทัลหลากหลายรูปแบบที่ก่อให้เกิดการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) คือ การให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ทำอะไรบางอย่างบนพื้นที่ดิจิทัล ได้แก่ การเขียนข้อความ 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 และการขึ้นำบน 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 ประสบการณ์ และความคิดเห็นกัน

เสรี วงษ์มณฑา (2558) กล่าวว่า นักการตลาดจะต้องเป็นคนที่มีหัวใจ Social นั่นคือ พวกเขาจะต้องเป็นคนที่ให้ความสำคัญกับ Social Media ในการส่งข่าวสารเกี่ยวกับตราสินค้าไปยังผู้บริโภค เขาต้องมีบัญชีของ Social Media หลายช่องทางเพื่อใช้เล่าเรื่องราวของตราสินค้าในการวางแผนการสื่อสารการตลาด เขาจะต้องมีแผนรณรงค์การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของ Social Media แผนการสื่อสารของเขาจะต้องอยู่บนรากฐานของข้อมูลที่ได้มาจากการติดตามข้อมูล

บนพื้นที่ Social Media และเขาจะต้องใช้พื้นที่ Social Media ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความภักดี

บทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการสื่อสารการตลาด

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางของการสื่อข้อความทางการตลาดจากเจ้าของสินค้า ไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ในการบูรณาการสื่อสารทางการตลาด สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทมากกว่าการเป็นช่องทางของการสื่อสาร บทบาทที่หลากหลายของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีดังนี้

1. Channel เป็นช่องทางการสื่อสาร
2. Communication สร้างโอกาสในการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทั้งจากเจ้าของสินค้า ไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายถึงเจ้าของสินค้า และจากผู้บริโภคด้วยกันเอง
3. Collaboration เมื่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์สร้างโอกาสการสื่อสารหลายเส้นทาง จึงก่อให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างเจ้าของสินค้าและผู้บริโภคในการตอบสนองซึ่งกันและกัน
4. Co-Creation การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างเจ้าของสินค้าและผู้บริโภค ทำให้เกิดความคิดร่วม (Collective Wisdom) ในการพัฒนาสินค้าและบริการ
5. Consumption สื่ออิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นช่องทางการซื้อขายทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสซื้อสินค้าใช้โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางออกนอกบ้าน เพราะสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นพื้นที่สำหรับ

การค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า E-commerce

ชัชณะ เตชคณา (2565) แนะนำว่าในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้วางแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวยังจะต้องปฏิบัติตามหลักการ 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 เบบางลงเป็นการดำเนินงานใช้องค์ประกอบเป็น 3D ประกอบด้วย

1. Domestic: ส่งเสริมและผลักดัน การท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อลดการพึ่งพาทลาดต่างประเทศ เน้นกลุ่มคุณภาพ ได้แก่ กลุ่ม Millennial กลุ่มคนไทยเที่ยวออก กลุ่มคนต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และกลุ่มประชุมสัมมนาภาครัฐ

2. Digital: สร้างระบบนิเวศของเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Ecosystem) สร้างความเชื่อมโยงให้เกิดขึ้นจริงและสามารถลดช่องว่างทักษะด้านดิจิทัล ขับเคลื่อนการดำเนินงาน บนฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และก้าวทันอนาคต

3. Dynamic: สร้างพลวัตใหม่จากความสามารถในการปรับตัว มีความยืดหยุ่น การบูรณาการการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงาน สามารถลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนภายใต้หลักธรรมาภิบาล กำหนดแนวทางการดำเนินงานใน 3 แผน ได้แก่

3.1 แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ

3.2 แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ

3.3 แผนบริหารจัดการองค์กร

ททท. วางแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้วยการเชิญชวนให้ประชาชนในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง หรือแหล่งท่องเที่ยวรองในเมืองหลักให้มากขึ้น ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในวันธรรมดา ผ่านการให้บริการข้อมูลข่าวสารจาก ททท. โดยมีการนำเสนอประสบการณ์ของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นและจัด กิจกรรมพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ออกเดินทางท่องเที่ยว

ททท. มีการส่งเสริมให้มีการกระจายการเดินทางสู่พื้นที่รองตามอัตลักษณ์พื้นที่ มุ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ควบคู่บริหารจัดการกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย เพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองและแหล่งท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก

อีกหนึ่งแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศสัมผัสคุณค่าของการท่องเที่ยวในวันธรรมดา เน้นกลุ่มเป้าหมายที่สนใจ ประสบการณ์ และคุณค่าที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวที่มากกว่าราคา โดยนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยววันธรรมดาที่ชัดเจนและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่อยู่ในเมืองไทยให้เที่ยววันธรรมดามากขึ้น

เครื่องมือการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างกระแสการเดินทางภายในประเทศ ด้วยการพัฒนาและสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางบ่อยครั้งขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถทำได้ด้วยการสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ ที่เน้นให้เกิดการใช้จ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ด้วยการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ กิจกรรมท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า สะท้อน ภูมิปัญญาไทยและวิถีไทย ด้วยการใช้ประโยชน์จากสินค้าที่ได้รับ Thailand Tourism Awards รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เป็นการท่องเที่ยว แนวใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์กระทำโดยการเพิ่มขีดความสามารถให้ชุมชน ท้องถิ่น สามารถพัฒนาและเสนอขายสินค้าที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นไทยที่เป็นอัตลักษณ์อันเป็น เอกลักษณ์ ของท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนให้เกิดนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว จะต้องใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ให้แก่ พื้นที่ท่องเที่ยว และสินค้าต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติ ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยให้ตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีและเป็นมากกว่า ที่คิด ด้วยแนวคิด “เที่ยวเมืองไทย Amazing ยิ่งกว่าเดิม” พร้อมทั้งพัฒนาขีดความสามารถทาง การแข่งขันด้านการตลาด และจัดการประกวดรางวัล Thailand Tourism Awards เครื่องหมายรับรอง คุณภาพสินค้าการท่องเที่ยวไทยที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวได้ จัดทำ แผนการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขึ้นเป็นกรอบในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ผลักดันและนำประเทศไทยสู่ ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสร้าง ความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการประโยชน์จากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างเต็ม ศักยภาพ และให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวสร้างการเติบโตอย่างมี คุณภาพในระยะยาว ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ด้วยการบูรณาการ อย่างมีคุณภาพระหว่างด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนา สินค้าและบริการและด้านการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งมีภารกิจหลักในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของ ประเทศให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงได้จัดทำโครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนต่างๆทั่วประเทศ ทั้งเมืองหลักและ เมืองรอง ทั้งในเมืองและชนบทบนรากฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตาม หลักเกณฑ์ด้าน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว 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) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 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) เพื่อความมุ่งหวัง เพิ่มขีดความสามารถในการสร้างความมั่นคงด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security) และการสร้างความมั่นใจในระบบสาธารณสุขที่เข้มแข็ง ทั้งด้านสุขภาพและสุขอนามัย (Health and Hygiene) รวมทั้งสามารถรับมือกับสถานการณ์โรคระบาดได้ดี

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องรักษาสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และเพิ่มการให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างยั่งยืน ต่อเนื่อง ยาวนาน สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มุ่งให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2564 เป็นไปอย่างรอบคอบและเหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา โดยได้กำหนดช่วงเวลาและจุดเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะ Recovery ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพิ่มความถี่ในการเดินทาง เร่งสร้างรายได้จากการเพิ่มการใช้จ่าย และเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่มีคุณภาพและศักยภาพในการใช้จ่าย

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

ททท. มีการส่งเสริมให้มีการกระจายการเดินทางสู่พื้นที่รองตามอัตลักษณ์พื้นที่ มุ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ควบคู่บริหารจัดการกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย เพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองและแหล่งท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก

อีกหนึ่งแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญคือการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศสัมผัสคุณค่าของการท่องเที่ยวในวันธรรมดา เน้นกลุ่มเป้าหมายที่สนใจประสบการณ์ และคุณค่าที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวที่มากกว่าราคา โดยนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวในวันธรรมดาที่ชัดเจน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่อยู่ในเมืองไทยให้เที่ยววันธรรมดามากขึ้นเครื่องมือการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญคือการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างกระแสการเดินทางภายในประเทศ ด้วยการพัฒนาและสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางบ่อยครั้งขึ้น

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวได้จัดทำแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขึ้นเป็นกรอบในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ผลักดันและนำประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการประโยชน์จากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างเต็มศักยภาพ และให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว สร้างการเติบโตอย่างมีคุณภาพในระยะยาว ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ด้วยการบูรณาการอย่างมีคุณภาพระหว่างด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการและด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

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

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องรักษาสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และเพิ่มการให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างยั่งยืน ต่อเนื่องยาวนาน สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สรุปได้ว่า จากที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ร่วมกันวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ เน้นการกระจายการเดินทางสู่เมืองรองและแหล่งท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก เพื่อสร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ชุมชน และผลักดันประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามแนวทางของยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 หนึ่งใน

แนวทางสำคัญคือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของประสบการณ์มากกว่าราคา ซึ่งนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น พร้อมจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศ ให้เดินทางบ่อยขึ้น

เครื่องมือหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวคือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยเฉพาะผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่สามารถเข้าถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าเพิ่ม สะท้อนภูมิปัญญาไทยและวิถีชีวิตท้องถิ่น เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมกับชุมชนได้โดยตรง

ชุมชนศึกษา จังหวัดอำนาจเจริญ

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐาน

จังหวัดอำนาจเจริญ ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (อีสานใต้) มีข้อมูลพื้นฐานและสภาพทั่วไป ดังนี้

ภูมิศาสตร์และที่ตั้ง

เนื้อที่: 3,161.25 ตร.กม. (อันดับที่ 60 ของไทย)

เส้นรุ้ง 15°30'–16°30' เหนือ

เส้นแวง 104°15'–105°15' ตะวันออก

ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 568 กม. ด้วยรถยนต์

1. ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดมุกดาหาร
2. ทิศตะวันออกติดต่อกับประเทศสาธารณประชาชนลาว
3. ทิศใต้ติดต่อกับอุบลราชธานี
4. ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดยโสธร

ลักษณะภูมิประเทศ ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม บางพื้นที่มีเนินเตี้ย ดินร่วนปนทราย สูงเฉลี่ย 68 ม. จากระดับน้ำทะเล

ลักษณะภูมิอากาศ ลักษณะทางภูมิอากาศเป็นแบบมรสุม มี 3 ฤดู คือ

ฤดูร้อน เริ่มต้นประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นที่มีอากาศร้อนอบอ้าว โดยทั่วไป โดยเฉพาะเดือนเมษายนจะเป็นเดือนที่มีอากาศร้อนอบอ้าวที่สุดของปี

ฤดูฝน เริ่มต้นประมาณกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม เป็นช่วงมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ พัดเอาความชื้นของทะเลและมหาสมุทรมาปกคลุมประเทศไทย ประกอบกับในช่วงดังกล่าว

ร่องความกดอากาศที่พาดอยู่บริเวณภาคใต้ของประเทศไทยจะเลื่อนขึ้นมาพาดผ่านบริเวณภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย ทำให้อากาศเริ่มชุ่มชื้นและมีฝนตกชุกตั้งแต่ประมาณ กลางเดือนพฤษภาคมเป็นต้นไป โดยเฉพาะเดือน สิงหาคมเป็นเดือนที่มีฝนตกชุกหนาแน่นมากที่สุด ในรอบปี แต่อย่างไรก็ตามนอกจากปัจจัย ดังกล่าวที่มีฝนตกชุก แล้วยังอยู่กับอิทธิพลของพายุหมุน เขตร้อนที่เคลื่อนตัวเข้าใกล้หรือเข้าสู่ประเทศไทย ในช่วงดังกล่าวด้วย

ฤดูหนาว เริ่มต้นประมาณกลางเดือนตุลาคมถึงประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วง มรสุม ตะวันออกเฉียงเหนือพัดปกคลุมประเทศไทย อากาศโดยทั่วไปจะหนาวเย็นและแห้ง โดยมี อากาศหนาวจัดในบางวัน และเดือนที่มีอากาศหนาวมากที่สุดจะอยู่ในช่วงเดือนธันวาคมถึงมกราคม แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของบริเวณ ความกดอากาศสูงจากประเทศจีนที่แผ่ปกคลุมประเทศไทย ในช่วงดังกล่าวด้วย องค์การบริหารส่วนบ้านปลาค้าวอากาศค่อนข้างร้อนอบอ้าวในฤดูร้อนโดยเฉพาะ ช่วงเดือนเมษายน และในช่วงฤดูหนาวมีอากาศหนาวเย็น โดยเฉพาะในช่วงเดือนมกราคม

ลักษณะของดิน ลักษณะเป็นดินร่วนปนทรายเหมาะสมแก่การเพาะปลูก

ลักษณะของแหล่งน้ำ แม่น้ำโขง (ชายแดนลาว) ลำเซบก และ ลำเซบาย (ไหลลงสู่แม่น้ำมูล)

ลักษณะของไม้และป่าไม้ มีไม้หนานาพันธุ์ไม้เนื้อแข็งและไม้เนื้ออ่อนตามท้องไร่ปลายนา และ ป่าสาธารณะประโยชน์

เขตการปกครอง

ความเป็นจังหวัด: จัดตั้งเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2536 แยกจากจังหวัดอุบลราชธานีหมู่ 1 บ้านปลาค้าว

อำเภอ: 7 อำเภอ (เมือง, ชานุมาน, ปทุมราชวงศา, พนา, หัวตะพาน, เสนางคนิคมข, ลืออำนาจ) ครอบคลุม 56 ตำบล และ 607 หมู่บ้าน

จำนวนประชากร:ปี 2566: 374,137 คน (ความหนาแน่น 118.35คน/ตร.กม.)

ปี 2024: 372,183 คน

คำขวัญประจำจังหวัด:

“พระมงคลมิ่งเมือง แหล่งรุ่งเรืองเจ็ดลุ่มน้ำ งามล้ำถ้ำศักดิ์สิทธิ์ เทพนิมิตพระเหลา เกาแก่งเขาแสนสวย เลอค่าด้วยผ้าไหม ราษฎร์เลื่อมใสใฝ่ธรรม”

ต้นไม้ประจำจังหวัด: ตะเคียนหิน

ดอกไม้ประจำจังหวัด: ทองกวาวเหลือง

สัตว์น้ำ: ปลาสร้อยขาว

สภาพทางสังคม

ประชากร (ปี 2024): ประมาณ 372,183 คน ความหนาแน่น 113 คน/ตร.กม.

โครงสร้างเพศ: สภาพ 49.3% ชาย และ 50.7% หญิง

อายุเฉลี่ย (เมือง): อยู่ราว 34.7 ปี (ชาย 33.8 ปี / หญิง 35.6 ปี)

สาธารณสุข มีสถานอนามัยเฉลิมพระเกียรติฯ

ระบบบริการพื้นฐาน

ระบบคมนาคมและถนน องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ต่าง ๆ เช่น อบต.สร้างถ่อน้อย มีถนนหลายประเภท:

ถนนลาดยาง 6 สาย

ถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก 24 สาย

ถนนลูกรัง 41 สาย

ถนนดิน 1 สาย โดยรวมระยะทางประมาณ 35กม. ในระดับจังหวัด อบจ. ได้ดำเนินโครงการปรับปรุงและขยายถนนหลายสายเป็นถนนลาดยางและคอนกรีตเสริมเหล็ก ไฟฟ้า มีไฟฟ้าเข้าถึงทุกหมู่บ้าน (เช่นใน อบต.สร้างถ่อน้อย จำนวน 13 หมู่บ้าน) คริวเรือนที่ใช้ไฟฟ้าใน อบต.สร้างถ่อน้อย มีทั้งหมด 2,114 คริวเรือน

น้ำประปา ประปาส่วนภูมิภาคสาขาอำนาจเจริญ ให้บริการทั้งหมด 13,479 ราย

อบต. เช่น สร้างถ่อน้อย มีระบบประปาของ อบต. 8 แห่ง และของหมู่บ้านอีก 8 แห่ง โดยใช้น้ำผิวดิน มีความครอบคลุมระดับดี แต่อาจขาดแคลนในช่วงภัยแล้งหรือข่ารด

โทรคมนาคม สัญญาณโทรศัพท์มือถือครอบคลุม เช่น AIS (2 แห่ง), DTAC (1 แห่ง) และ True (2 แห่ง) ในพื้นที่ อบต.สร้างถ่อน้อย

สุขภาพและการศึกษา

(ข้อมูลจากเบื้องต้นทั่วไป เนื่องจากไม่มีไซด์เจาะจงจังหวัดนี้-สภาพบริการพื้นฐานโดยทั่วไป จัดทำโดยกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงศึกษาธิการ)

โรงพยาบาลประจำจังหวัดและรพ.สต. ในทุกอำเภอ

โรงเรียนประถมและมัธยมศึกษา ครอบคลุมทั้งภาครัฐและเอกชน

การขนส่งสาธารณะ

มีรถโดยสารประจำทาง จากกรุงเทพฯ (หมอชิต) และจังหวัดใกล้เคียง

ในตัวเมือง มีบริการแท็กซี่ วินมอเตอร์ไซด์ และรถสองแถวสำหรับการเดินทางภายในเขตเมือง

ระบบเศรษฐกิจ

1. การเกษตร ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนาปลูกผักสวนครัว กิจการครอบครัว
2. การประมง ไม่มีการทำประมงในพื้นที่
3. การปศุสัตว์ ไม่มีการปศุสัตว์ขนาดใหญ่ในพื้นที่มีแต่เลี้ยงแบบโรงเรือน ไม่เกิน 10 ตัว
4. การบริการ มีการบริการทั่วไปเป็นแบบธุรกิจขนาดเล็ก เช่น ร้านตัดผม เสริมสวย โรงสี

และล้างรถ

การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

น้ำตกสวยในอำเภอชานุมาน มีลำธารแยกเป็นหลายชั้น ไหลผ่านโขดหินและมีแอ่งน้ำให้เล่น เหมาะกับการพักผ่อนและชมธรรมชาติ แก่งคันสูง

ลานหินกว้างริมแม่น้ำโขง ตรงข้ามฝั่งลาว สามารถเล่นน้ำ เฝ้าห้วงยาง สปีดโบ๊ท และปั่นจักรยานริมแม่น้ำ พร้อมจุดชมวิวและร้านอาหารพื้นบ้าน

วนอุทยานภูสิงห์-ภูผาผึ้ง

ภูหินทรายสูง 200-300 ม. เป็นจุดชมวิว ศึกษารธรรมชาติ ตั้งแคมป์ และชมดอกไม้หรือพระอาทิตย์ตกได้อย่างสวยงามวัดศรีโพธิ์ชัย

วัดและศาสนสถานสำคัญ

พุทธอุทยานพระมิ่งเมือง : อยู่บนเขาดานพระบาทใกล้เมือง องค์พระมิ่งเมืองปางมารวิชัย (หน้าตัก 11ม., สูง 20ม.) ศิลปะแบบपालะ เป็นพระคู่เมือง และจุดชมวิวเมืองอำนาจเจริญ

วัดถ้ำแสงเพชร (หรือวัดศาลาพันห้อง):วัดสำนักสงฆ์สาขาหนองป่าพง บนยอดเขามิ่งเมืองภายในมีพระพุทธรูปและภาพเขียนสีเกี่ยวกับหลวงปู่ชา เหมาะกับการปฏิบัติธรรมและชมธรรมชาติรอบวัด

เจดีย์หินพันล้านก้อน - วัดภูพนมตี:เจดีย์บนภูเขาหินก่อด้วยคอนกรีต ตกแต่งหินสีเทาและขาวอย่างละเอียด มีลวดลายงดงามประดับองค์เจดีย์ สูงกว่า 39ม.

วัดพระเหลาเทพนิมิต : พระอุโบสถในสโตร์ล้านนา ประดิษฐานพระพุทธรูปพระเหลาเทพนิมิต หน้าตักกว้าง 2.85 ม. และสูง 2.70 ม. สร้างตั้งแต่ พ.ศ. 2263

พระธาตุนาป่าแขง: แหล่งบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ 113 องค์ เชื่อว่าจะช่วยประสบความสำเร็จเมื่อมาราบไหว้ ตั้งอยู่ในอำเภอปทุมราชวงศาอุทยาน

สวนสาธารณะและเชิงวัฒนธรรม

1. วนอุทยานดงลิง-ดอนเจ้าปู่
2. สวนสาธารณะและสวนพฤกษศาสตร์ริมแม่น้ำ มีลิงแสมให้ชมในธรรมชาติ ไม่มีค่าบัตรเข้าชม
3. ศิลปะหมอลำ จังหวัดอำนาจเจริญมีชุมชนอยู่หนึ่งชุมชนที่มีเอกลักษณ์ในการขับร้องหมอลำและที่นี้ขึ้นชื่อว่าเป็นชุมชนที่มีหมอลำมากที่สุดในประเทศไทย



ภาพ 1 ศิลปะหมอลำ

เป็นหมู่บ้านที่มีประชากรไม่มาก และการขยายตัวของชุมชนยังคงอยู่ร่วมกันแบบดั้งเดิม แม้รูปแบบบ้านจะเปลี่ยนไปตามยุคสมัย แต่ยังคงรักษาประเพณี วัฒนธรรม และศาสนาไว้ ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมกลุ่มและมีบทบาทเชื่อมโยงเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดอำนาจเจริญและอุบลราชธานี เช่น

อำเภอเขมราฐ (วิถีแม่น้ำโขง)

วัดถ้ำแสงเพชร (ท่องเที่ยวเชิงศาสนา)

อุทยานแห่งชาติภูสิงห์-ภูผาผึ้ง (ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ)

วัดพระเหลาเทพนิมิต (ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม)

หมู่บ้านมีศักยภาพด้านศิลปะ ความหลากหลายทางระบบนิเวศ และเอกลักษณ์อาหารพื้นบ้านที่แตกต่างกันในแต่ละหมู่บ้าน แนวทางพัฒนา: ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้เอกลักษณ์ของชุมชน กิจกรรมภายในหมู่บ้าน และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและน่าประทับใจสำหรับ



ภาพ 2 ประเพณีและงานประจำปีของหมู่บ้านปลาข้าว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พีระศักดิ์ วรรณตร (2561) การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งในการบริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะการบริหารงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและนโยบายของรัฐบาลอำนวยความสะดวกด้านเงินทุนและช่องทางการจำหน่าย 2) ปัจจัยส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ ทั้งพบว่าแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมีความสำคัญสูงสุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ว่า ควรส่งเสริมให้ผลิตสินค้าตรงกับความต้องการของตลาด โดยให้ความสำคัญกับพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มการบริโภค ก่อนที่จะลงมือประกอบการหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ ราคาจะต้องไม่เกินความเป็นจริง หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาด

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

ดุสิตพร สกทา และเสรี วงษ์มณฑา, (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์ประกอบด้วย 1) ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง 2) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง และ 3) นำเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยมีกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีกลุ่ม

ตัวอย่างคือ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง 22 คน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบ กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือ โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT และวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า จังหวัดตรัง มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากมีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยว ชนบทธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มีระบบคมนาคมขนส่งที่ครอบคลุมทุกด้านมีกิจกรรมการท่องเที่ยว หลากหลาย ทั้งทางบกและทางทะเล มีสินค้าของที่ระลึก ประจำจังหวัดที่สร้างชื่อเสียงระดับประเทศ ตลอดจน ประชาชนจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของบ้านที่ดีและมีอัธยาศัยไมตรีจิต ส่วนด้านที่จำเป็นต้องพัฒนา ได้แก่ เส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่สะดวกและมีมาตรฐาน ศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่เพียงพอขาดบริการรถขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่าง แหล่งท่องเที่ยว ใกล้เคียง ควรปรับปรุง สิ่งอำนวยความสะดวกใน แหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และคนพิการ ส่วนแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ได้แก่ 1) การพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการท่องเที่ยวสู่สากล 2) การฟื้นฟูและพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 3) การพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว 4) การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่สากล และ 5) การพัฒนาบุคลากรและเสริมสร้าง ความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยว

จริยาภรณ์ รุ่งโรจน์นวกุล และนันทสारी สุขโต (2558) ศึกษาเรื่อง การเตรียมความพร้อม ของสถานประกอบการในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของสถานประกอบการ ในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี 2) เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมของสถานประกอบการ ในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน 3) เพื่อ เปรียบเทียบลักษณะของสถานประกอบการในเกาะเกร็ด จังหวัด นนทบุรี จำแนกตามประเภทธุรกิจ ระดับรายได้ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับการเตรียม ความพร้อมในการเป็นการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือสถานประกอบการในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 129 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า 1) สถานประกอบการในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจ ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-20,000 บาท มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบกิจการเจ้าของคนเดียว หรือแบบครอบครัว และมีระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ 5 ปี ขึ้นไป 2) สถานประกอบการในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี มีการเตรียมความพร้อม ในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า สถานประกอบการมีการเตรียมความพร้อมในด้าน การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตลาด ด้านการเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ และด้านการจัดหาเงินทุน ตามลำดับ 3) สถานประกอบการ

ในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีประเพณีธุรกิจระดับรายได้ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ ด้านการจัดเงินทุน และด้านการตลาด

สุภาภรณ์ ประสงค์ทิม (2556) ทูทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทูทางสังคมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของชาวไทยพวน อ.ปากพลี และเพื่อนำเสนอกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ การสำรวจภาคสนามการสนทนากลุ่ม การสังเกตผลการวิจัยพบว่าชาวไทยพวน อ.ปากพลี มีทูทางสังคมที่เด่นชัด คือ ทูทางภูมิปัญญาและทูทางวัฒนธรรม ประกอบกับความเป็นมิตรไมตรีช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันส่งผลให้ชาวไทยพวน อ.ปากพลี มีมนุษยธรรมที่เข้มแข็งข้อเสนอแนะ คือ ให้ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แบบพักค้างโดยใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างผสานการเรียนรู้ความสำคัญ: ทูทางสังคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ชาวไทยพวน อ.ปากพลี การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อเป็นอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตอันดีงามอีกทั้ง ยังเป็นกระบวนการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านและผู้มาเยือนอันนำมาซึ่งการเติบโตอย่างยั่งยืน

Álvaro Dias, et al. (2020) ศึกษาเรื่อง Developing Poor Communities Through Creative Tourism ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกคนในชุมชนยากจน 4 ชุมชนใน 2 ประเทศ คือ บราซิล และเปรู เพื่อระบุกลุ่มของปัจจัยและความสัมพันธ์ระหว่างกันของปัจจัยที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนยากจน โดยใช้แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลลัพธ์ชี้ไปทางการตอบสนองเชิงบวก และมีข้อกำหนดหลายประการที่ส่งผลต่อความสำเร็จนี้ ได้แก่ 1) การพัฒนาท้องถิ่นขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภายนอกที่ต้องมีฉันทามติในการจัดสรรทุน การพัฒนาทักษะ และการจัดการทรัพยากร 2) ต้องมีการพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความคิดริเริ่มในการลงทุนเพิ่มเติม โดยในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องได้ประโยชน์ความเป็นที่นิยมของภูมิภาคและ/หรือผลิตภัณฑ์ ประเพณี และวัฒนธรรมของภูมิภาค และกิจกรรมของ ผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น

Greg Richards (2019) ศึกษาเรื่อง Creative Tourism: Opportunities for Smaller Places? มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์บทบาทที่เป็นไปได้ของสถานที่เล็ก ๆ ในการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ สถานที่ขนาดเล็กไม่ควรพยายาม เลียนแบบ

แบบจำลองการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ของเมืองใหญ่ ด้วยวิธีนี้พวกเขาสามารถ หลีกเลียง “กับดักความคิดสร้างสรรค์” ของการปฏิบัติตามแบบจำลองความคิดสร้างสรรค์ทั่วไปและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับขนาดและความสามารถของพวกเขามากขึ้น การดึงดูดผู้เข้าชมที่มีแรงจูงใจสูงจำนวนเล็กน้อย อาจจะทำให้เกิดผลลัพธ์ทางบวกกับเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่มีนัยสำคัญมากกว่าการพยายามดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

จิราณีย์ พันมูล และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง โครงการการศึกษาศักยภาพชุมชนเพื่อ สนับสนุนการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเกาะเกร็ด มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของชุมชนเกาะเกร็ดเพื่อสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน 2) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนเกาะเกร็ด และ 3) เพื่อหาแนวทางและสังเคราะห์แนวทางในการพัฒนาศักยภาพชุมชนเกาะเกร็ดเพื่อสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน มีผลสรุปของการวิจัยดังนี้ 1) องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีแนวนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการระดมความคิดเพื่อการวางแผนและการดำเนินงาน 2) ควรมีการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน และมีการประชาสัมพันธ์ด้านนโยบายให้สมาชิกในชุมชนและหน่วยงานอื่นทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ 3) ควรมีการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำการเกษตร ในทางปฏิบัติจะต้อง 1) สร้างความตระหนักให้ชาวบ้านและเยาวชนในชุมชนเกิดความรักและหวงแหนชุมชน ด้วยการสร้างจิตสำนึกให้ตระหนักเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่คงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน 3) อนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้คงอยู่กับชุมชน และสร้างจุดขาย ให้เกิดเป็นมูลค่าให้กับชุมชน 4) จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ให้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน 5) พัฒนาทักษะในการบริการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านภาษาให้กับกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ และเสวี วงษ์มณฑา, (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อตรวจสอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเลือกแบบเจาะจง จำนวน 22 คน ได้แก่ กลุ่มผู้แทนภาครัฐ กลุ่มผู้แทนภาคเอกชน และกลุ่มผู้แทนชุมชน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง 2) เพื่อสำรวจความคิดเห็นค่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้แบบสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มผู้แทนภาคเอกชน และกลุ่มผู้แทนชุมชน และนักท่องเที่ยวเลือกแบบเจาะจงรวม 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ประเภทมรดกวัฒนธรรม มีพื้นที่ประวัติศาสตร์โดดเด่น 2 อำเภอ จาก 16 อำเภอ ประเภทมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม มีศิลปะการแสดง เทศกาล ประเพณีความรู้ วิถีชีวิตและแนวปฏิบัติในที่มีแบบแผนมาจากสมัยกรุงศรีอยุธยาที่สามารถพัฒนาและฟื้นฟูขึ้นมาใหม่ 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกด้านการคมนาคม มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถเดินทางได้ 4 ช่องทาง ได้แก่การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะ การเดินทางโดยรถไฟ และการเดินทางภายในจังหวัดโดยรถประจำทาง และรถรับจ้าง แค่ควรส่งเสริม การให้บริการรถประจำทางสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่พัก สามารถรองรับนักท่องเที่ยว ได้ 10,000 คนต่อคืน และยังมี ร้านอาหาร ศูนย์การค้า ศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยวและการให้บริการห้องน้ำสาธารณะครอบคลุม ทุกพื้นที่ 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมชมโบราณสถาน กิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำกิจกรรมขี่จักรยานตามเส้นทาง ประวัติศาสตร์กิจกรรมนั่งสามล้อเครื่อง ชมโบราณสถานและกิจกรรมนั่งช้าง โดยยังพบว่า ควรพัฒนาเส้นทางจักรยานและฟื้นฟูกิจกรรม นั่งรถม้าและนั่งสามล้อปั่น 5) ด้านสาธารณูปโภค พื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ ด้านการไฟฟ้า ด้านการใช้น้ำ ด้านสาธารณสุขและด้านความปลอดภัยเพียงพอ ต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านธนาคารและการเงิน มีจุดให้บริการแลกเปลี่ยนตราต่างประเทศไม่ทั่วถึง ด้านการโทรคมนาคมและการประชาสัมพันธ์ ประสบปัญหาปายมีเพียงภาษาไทย 6) ด้านโปรแกรม การท่องเที่ยวสำเร็จรูป มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยว การให้บริการโดยรถท่องเที่ยว โดย ขสมก. และการให้บริการโปรแกรมท่องเที่ยวมารถกลับเรือ สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน สามารถนำศักยภาพดังกล่าวนี้ มากำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนที่รับผิดชอบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการบูรณาการทุกภาคส่วนให้เกิดความยั่งยืน

สมหทัย จารุมิลินท (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยว ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือการวิจัย คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานคือ t-test และ One Way ANOVA และ Multiple Regression ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำใน

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นาตยา เกตุสมบุญ และวันทนา เนาว่าวัน (2019) ศึกษาเรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาบริบทศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวให้ยั่งยืนของหมู่บ้านหนองสรวง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 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 ควรนำสินค้าเป็นเอกลักษณ์ ชุมชนมาจัดจำหน่าย 3) ด้านการพัฒนาตลาด ท่องเที่ยวต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายและจัดกิจกรรม ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกัน พร้อมกับต้องปรับปรุงข้อมูล ข่าวสารในสื่อโซเชียลให้ทันสมัยหลายช่องทาง

ชิตชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล (2562) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต ด้วยการ สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ จำนวน 15 คน เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า 1) แรงจูงใจเฉพาะที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย แรงจูงใจเพื่อการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ การสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมที่มี เอกลักษณ์โดดเด่น 2) กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีความแปลกใหม่ มีคุณค่า และสร้างเสริมประสบการณ์ เป็นกิจกรรมที่พบได้ในพื้นที่เฉพาะเท่านั้น และเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง 3) ปัญหาที่สำคัญ คือ ภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดเจนในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดภูเก็ต

กันตภณ แก้วสง่า และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม และ 2) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมของนักท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ออกแบบและพัฒนาเฟซบุ๊กของแฟนเพจ 3 เพจ ได้แก่ แฟนเพจ DASTA Thailand แฟนเพจ Tourism Council of Thailand และแฟนเพจการท่องเที่ยว โดยชุมชน CBT Thailand จำนวน 6 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนก และจัดหมวดหมู่ข้อความที่ค้นพบในทั้ง 3 แฟนเพจ ผลการวิจัยพบว่า 1) ทั้ง 3 แฟนเพจนำเสนอเนื้อหาที่ทันสมัย มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ได้รับความนิยม เป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี มองว่าเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นประโยชน์ และมีความพึงพอใจแฟนเพจที่เข้าไปใช้เพราะมีความน่าสนใจน่าเชื่อถือ

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 และให้เยาวชนหันมาอนุรักษ์วัฒนธรรมสืบสานวิถีความเป็นอีสาน ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ควรค่าแก่การสืบทอดไม่ให้สูญหายจากรุ่นสู่รุ่น

ธนิลา แสงวิเชียร และคณะ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านไทยทรงดำ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างบ้านของชาวไทยทรงดำ 2) เพื่อสำรวจความพร้อมของคนในชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชาวไทยทรงดำในอำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ให้เป็นเครื่องมืออนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับชาวไทยทรงดำ ควรจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และอนุรักษ์วิถีชีวิต ประกอบด้วย 1) กิจกรรมค่ายการเรียนรู้และอนุรักษ์บ้านไทยทรงดำ 2) การเรียนรู้พิธีกรรมเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของชาติพันธุ์ไทยทรงดำ 3) หัตถกรรมของที่ระลึกที่แสดงอัตลักษณ์ไทยทรงดำ และ 4) เรียนรู้การทำอาหารที่เป็นวัฒนธรรมอาหารไทยทรงดำ

เยาวลักษณ์ อยู่ศิริ (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตลาดเก่านาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่เปลี่ยนไปหลังยุคโควิด 19 ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) เพื่อศึกษาหาจุดแข็งและโอกาสในการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวจากคนรอบข้างชักชวนและจากการค้นข้อมูลในออนไลน์ และบางคนเคยมาชมชนตลาดเก่านาเกลือแล้วมีความชื่นชอบ และอยากจะมาชมกิจกรรมการตกหมึก ได้สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมง

ณัฐธิดา จูมปา และทวีโชค เดชะธรรมวงศ์ (2564) ทำวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ของตำบลแม่สลอนนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานทุนชุมชนชาติพันธุ์ และหาแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเอกชน จำนวน 40 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบบสอบถาม การสนทนากลุ่มย่อย และการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติข้อมูลเชิงคุณภาพ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ จัดหมวดหมู่เพื่อสร้างข้อสรุปหา ตอบตามวัตถุประสงค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากที่สุด ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ด้านการบริการ โครงสร้างพื้นฐาน และการบริการทางการท่องเที่ยวในแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน คือ 1) การจัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว 2) พัฒนาศักยภาพ บุคลากรการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและ 3) จัดตั้งศูนย์ ประสานงานเพื่อขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

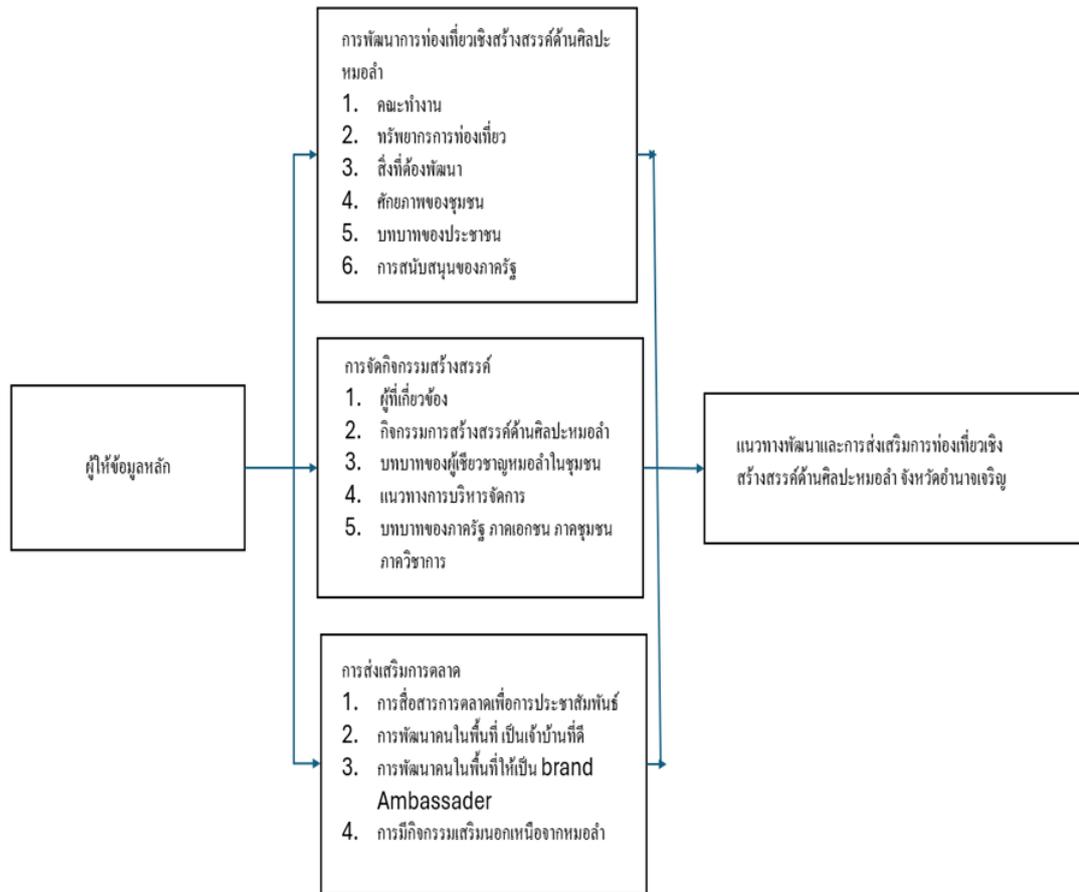
Jusana Techakana (2022) ศึกษาวิจัยเรื่อง A Structural Equation Model for Developing and Promoting Creative Tourism in Thailand เพื่อพัฒนาสมการรูปแบบโครงสร้างสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์ในประเทศไทย กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวจากการมาดูและเรียนรู้เป็นการมาทำการท่องเที่ยว “อุตสาหกรรมประสบการณ์ แทนที่จะเป็นอุตสาหกรรมบริการที่นักท่องเที่ยว ต้องการมีส่วนร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค์ การวิจัยการสัมภาษณ์ เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้กับนักท่องเที่ยว 500 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ เรียนรู้การสร้างสรรค์ จากผู้เชี่ยวชาญสูงวัย อยากทำกิจกรรม หลายอย่าง

ในเมืองที่มีบริการที่ดี และเมื่อสร้างสรรค์ ต้องมีการท่องเที่ยวประเภทอื่นเป็นปัจจัยเสริมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเข้าได้ต้องมีกรรู้จักใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคม

Wisudthiluck, et al. (2014) 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 และอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีเวลาน้อยเกินไปที่จะเรียนรู้เรื่องที่ต้องสร้างสรรค์ในขณะเดียวกันเจ้าของพื้นที่ก็ไม่มีความสามารถด้านการจัดการและการสื่อสารที่ดีเพียงพอ

Wattanacharoensila & Schuckertb (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Reviewing Thailand's master plans and policies: implications for creative tourism บทความนี้ มีส่วนทำให้เกิดความเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถูกรับรู้ในระดับประเทศอย่างไร โดยใช้ประเทศไทยเป็นกรณีศึกษา วัตถุประสงค์หลักของงานวิจัย คือการตรวจสอบแผนและนโยบายของประเทศไทยสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสองระดับ ระดับชาติและระดับกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ยังระบุว่าแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติสามารถจัดทำพิมพ์เขียวสำหรับแผนแม่บทของหน่วยงานแต่ละแห่งได้ให้การสนับสนุนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยว ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นแบบอย่างในการที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีส่วนทำให้เกิดการเคลื่อนไหวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศโดยเฉพาะในการสร้างแคมเปญสร้างแบรนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านเนื้อหาการวิเคราะห์ใช้เพื่อถ่วงดุลแผนและนโยบายจากเนื้อหาที่เลือกจากเจ้าหน้าที่รัฐบาล ผลลัพธ์แสดงให้เห็นมุมมองที่ดีขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่อยู่ในบริบทของประเทศไทย และมีส่วนร่วมในการศึกษานโยบายเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อเศรษฐกิจในภาคการท่องเที่ยวตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ ชุมชนบ้านปลาข้าว เพื่อแสวงหาการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ ชุมชนบ้านปลาข้าว ให้บ้านปลาข้าวเป็นชุมชนท่องเที่ยวเป้าหมายในลักษณะที่ชุมชนยลวิถีที่เป็นนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนด้วยการท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ ชุมชนบ้านปลาข้าว ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ โดยรวม การท่องเที่ยวชุมชนยลวิถีที่เป็นนโยบายของกระทรวงวัฒนธรรม ผู้นำบ้านปลาข้าว และผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะของบ้านปลาข้าว โดยมีรายนามของผู้เชี่ยวชาญดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐ
 - 1.1 ผู้ว่าราชการจังหวัดอำนาจเจริญ
 - 1.2 วัฒนธรรมจังหวัดอำนาจเจริญ
 - 1.3 ท้องถิ่นจังหวัดอำนาจเจริญ
 - 1.4 นายอำเภอเมืองอำนาจเจริญ
2. ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 2.1 นายกสมาคมการค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอำนาจเจริญ
 - 2.2 ผู้บริหาร โรงแรมฝ้ายขิต จังหวัดอำนาจเจริญ
 - 2.3 นายกสมาคมการค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอำนาจเจริญ
3. นักวิชาการ
 - 3.1 ด้านการสื่อสารการตลาด 4 ท่าน
 - 3.2 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 4 ท่าน

4. ภาคชุมชน

- 4.1 ผู้นำด้านการส่งเสริมการตลาดของบ้านปลาข้าว ตำบลปลาข้าว จ.อำนาจเจริญ
- 4.2 ผู้นำด้านการส่งเสริมการตลาดของ จ.อำนาจเจริญ
- 4.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะบ้านปลาข้าว ตำบลปลาข้าว จ.อำนาจเจริญ
- 4.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะบ้านปลาข้าว ตำบลปลาข้าว จ.อำนาจเจริญ
- 4.5 ผู้เชี่ยวชาญด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์โอท็อป จ.อำนาจเจริญ

เครื่องมือในการวิจัย

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

1. ชุมชนบ้านปลาข้าวมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะได้
2. ในการพัฒนาและส่งเสริมบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาควิชาการ ควรมีการบูรณาการบทบาทของทุกภาคส่วนในการดำเนินการอย่างไร
3. จุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชนบ้านปลาข้าวในการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นเช่นไร
4. โอกาสและอุปสรรคของชุมชนบ้านปลาข้าวในการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นเช่นไร
5. แนวทางในการ “พัฒนา” ชุมชนบ้านปลาข้าวให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายควรเป็นเช่นไร
6. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะของชุมชนบ้านปลาข้าว ที่จะนำเสนอเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง
7. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านปลาข้าว ที่จะเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง
8. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะชุมชนบ้านปลาข้าว ควรเป็นเช่นไร
9. ควรมีโครงการอะไรบ้างสำหรับการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะของชุมชนบ้านปลาข้าว
10. มีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามทั้งหมดที่ถามมาบ้าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจะมีการนำคำตอบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดจัดเป็นหมวดหมู่ตามคำถามที่กำหนดไว้ข้างต้น เพื่อนำมากำหนด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของชุมชนบ้านปลาข้าวในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเป้าหมายและจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะของชุมชนบ้านปลาข้าวตามหลักการของ TOWS Matrix กล่าวคือ

1. SO (Strength and Opportunities) ยุทธศาสตร์เชิงรุกด้วยการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในบริบทของโอกาส
2. ST (Strengths and Threat) ยุทธศาสตร์การป้องกัน ด้วยการใช้จุดแข็งป้องกันไม่ให้เกิดการดำเนินงานต้องเผชิญกับอุปสรรค
3. WO (Weaknesses and Opportunities) ยุทธศาสตร์การแก้ไขจุดอ่อนเพื่อให้สามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของอุปสรรค และ
4. WT (Weaknesses and Threats) ยุทธศาสตร์เชิงรับด้วยการเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับอุปสรรคในขณะที่ชุมชนยังมีจุดอ่อน

การยืนยันความเที่ยงตรงของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล จะมีการเปรียบเทียบข้อมูลแบบสามเส้า กล่าวคือ จะเปรียบเทียบความสอดคล้องของข้อมูลที่ได้จาก 1) ผู้ให้ข้อมูลหลักภาครัฐ 2) ผู้ให้ข้อมูลหลักภาคชุมชน และ 3) ผู้ให้ข้อมูลหลักภาควิชาการ

เนื้อหาที่ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่มนี้ให้ตรงกัน จะถูกนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ ชุมชนบ้านปลาข้าว เพื่อให้ชุมชนบ้านปลาข้าว เป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวชุมชนยลวิถี

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำ จังหวัดอำนาจเจริญ ผู้วิจัยทำการเตรียมความพร้อมของข้อมูลโดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Questions) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำ จังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อแสวงหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำที่ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนท่องเที่ยวเป้าหมาย ในลักษณะเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญโดยรวม ผู้นำบ้านปลาข้าว และผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะของบ้านปลาข้าว และจะสรุปผลเป็นข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการพัฒนาตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การพัฒนาบ้านปลาข้าวให้เป็นหมู่บ้านเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องทำอย่างไร
2. บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบ้านปลาข้าวให้เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นอย่างไร
3. การส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่บ้านปลาข้าว ดำเนินการอย่างไร
4. นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะบ้านปลาข้าวจะบริหารจัดการการท่องเที่ยวประเภทอื่นอย่างไรเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนบ้านปลาข้าว

จากวัตถุประสงค์ที่ข้างต้นสามารถตั้งคำถามในสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญจาก ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ ชุมชนบ้านปลาข้าว ผลของการวิจัยที่ตอบคำถามทั้ง 10 ข้อสำหรับการพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ ชุมชนบ้านปลาข้าว มีดังต่อไปนี้

ศักยภาพของชุมชนบ้านปลาข้าวในการพัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำพื้นบ้าน

ชุมชนบ้านปลาข้าวมีศักยภาพที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมาก เนื่องจากมีทรัพยากรทางศิลปะการขับร้องหมอลำที่เป็นเอกลักษณ์ ผสมกับแหล่งโบราณสถาน เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียง ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ให้สัมภาษณ์หลักท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “ชุมชนบ้านปลาข้าวมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเรื่องศิลปะการขับร้องหมอลำ ที่ชุมชนแห่งนี้มีคณะหมอลำมากที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งภายในชุมชนมีแหล่งโบราณสถานที่มีพระคู่บ้านคู่เมืองของคนในชุมชนและจังหวัดอำนาจเจริญ” อีกท่านหนึ่งกล่าวว่า “ชุมชนบ้านปลาข้าวมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์และส่งเสริมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เรากำลังพัฒนาอุตสาหกรรมด้านนี้เพื่อให้การท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น” อีกท่านหนึ่งกล่าวว่า “นอกจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว ชุมชนบ้านปลาข้าวมีจุดเด่นด้านอาหารพื้นเมืองของชาวภูไท การถักทอผ้าไหมแบบชาวภูไทที่สามารถนำมาเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” อีกท่านหนึ่งแนะนำว่า “นักท่องเที่ยวสามารถหัดทำอาหารจากวัตถุดิบตามฤดูกาล และเมนูพื้นบ้านอย่าง ยำไข่มดแดง หรือลาบปลาดิบใส่หมดแดง สามารถจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิธีทำอาหารแบบดั้งเดิม เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการทดลองทำอาหารในแบบชนเผ่าภูไท”

จะเห็นได้ว่า นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้หัดหมอลำแล้ว ชุมชนบ้านปลาข้าวมีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะมีกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้ฝึกหัด ทำให้การมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว นักท่องเที่ยวจะได้รับคุณค่าจากกิจกรรมสร้างสรรค์ที่หลากหลาย นอกจากปัจจัยในแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านหนึ่งบอกว่า “ภาครัฐยังมีโครงการสนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนนี้ อย่างเป็นทางการในรูปแบบในโครงการชุมชนท่องเที่ยวกับธนาคารเพื่อการเกษตร (ชกส)”

อย่างไรก็ตาม ในการพัฒนาศักยภาพของการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยว จะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมอีกพอสมควร ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “นอกจากภาครัฐที่ต้องเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกแล้ว ภาคเอกชนต้องเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก ปิมน้ำมันต้องมีบริการเพิ่มขึ้น เพราะเส้นทางผ่านชุมชนสามารถเชื่อมต่อกับจังหวัดอุบลราชธานีที่มีแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อ เช่น ถนนคนเดินโขงเจียม สามพันโบก น้ำตกแสงจันทร์ ผาแต้ม เป็นต้น” ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาข้าว การดำเนินงานต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการเพื่อช่วยให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกิดผลอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนา

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านปลาข้าวที่มีเป้าหมายสู่ความยั่งยืนตามหลัก SDG (Sustainable Development Goal)

โดยสรุป ชุมชนบ้านปลาข้าวมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศิลปะหมอลำ เพราะการขับร้องหมอลำเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีคณะหมอลำที่มากที่สุดในประเทศไทย และเสริมคุณค่าของประสบการณ์ในการมาเยือนบ้านปลาข้าว ด้วยกิจกรรม การสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพราะบ้านปลาข้าวมีแหล่งโบราณสถาน มีอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างทั้งรสชาติ วัตถุดิบและวิธีการปรุง วิถีของชุมชนบ้านปลาข้าวสามารถสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ได้เพิ่มรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนและจังหวัดอำนาจเจริญ อย่างไรก็ตาม ส่วนจังหวัดจะต้องเข้ามาพัฒนาในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงชุมชน นอกจากภาครัฐที่ต้องเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ส่วนของภาคเอกชน ต้องเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าวต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาควิชาการเพื่อช่วยให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกิดผลอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านปลาข้าวที่มีเป้าหมายสู่ความยั่งยืนตามหลัก SDG (Sustainable Development Goal)

บทบาทของภาคส่วนต่างๆในการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าว ต้องเป็นการพัฒนาแบบบูรณาการ กล่าวคือ ภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการควรมีการบูรณาการ บทบาทของทุกภาคส่วนในการดำเนินการ ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ จะต้องมีการทำงานที่ทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจใต้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน และนักวิชาการ ผู้ทำหน้าที่ให้คำแนะนำ โดยที่ฝ่ายต่าง ๆ จะต้องทำหน้าที่ของตนเองเพื่อรวมพลังกันพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าว อย่างมีเอกภาพ ไร้ความขัดแย้ง โดยมีผู้นำที่ทำหน้าที่ประสานงานให้ภาคส่วนต่าง ๆ ร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนบ้านปลาข้าวไปในทิศทางที่เกิดขึ้นได้จริงและมีประสิทธิภาพ”

ผู้ให้ข้อมูลหลายท่านแนะนำบทบาทของแต่ละภาคส่วนในการมีส่วนร่วมพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว สามารถสรุปได้ดังนี้

ภาครัฐ มีหน้าที่สร้างนโยบายและการกำกับดูแล ผู้ได้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “ภาครัฐต้องกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและสอดคล้องภายในจังหวัดตลอดถึงงบประมาณที่จะมาพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเข้าถึงชุมชนได้ง่ายมากขึ้น

เช่น ป้ายบอกทาง ขึ้นป้ายแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ขนส่งสาธารณะเข้าถึงชุมชน และภาครัฐควรเข้ามาจับบทบาทด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนให้เป็น Viral ที่เป็นที่ยอมรับ และบอกต่อกันปากต่อปาก รวมถึงการตลาดแบบ Online และ Offline” อีกท่านหนึ่งกล่าวถึงบทบาทของเจ้าหน้าที่ในส่วนของจังหวัดอำนาจเจริญว่า “ทางจังหวัดต้องทำปฏิทินการท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าวอยู่ในปฏิทินด้วย”

ภาคเอกชน บทบาทของภาคเอกชนจะเป็นส่วนของการสนับสนุนหนุน โดยการทำตามนโยบายภาครัฐในการลงทุน ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “เอกชนต้องช่วยกันพัฒนาแหล่งที่พัก ตั้งร้านขายของชำ และสินค้าบริการอื่น ๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมต่างๆสะดวกขึ้น” ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งได้ให้ข้อเสนอแนะว่า “ภาคเอกชนมีบทบาทในการสร้างแบรนด์ของชุมชนบ้านปลาข้าว ของที่ระลึก ของฝาก และกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นเลียนแบบได้” การพัฒนาธุรกิจต่าง ๆ ของภาคเอกชน โดยเฉพาะการพัฒนาที่พักประเภทต่าง ๆ ในหลายระดับราคา จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น การสร้างตราสินค้าให้โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และกิจกรรมสร้างสรรค์จะเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนในการสร้างทางเลือกที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยว

ภาคชุมชน ส่วนของชุมชนผู้เป็นแกนสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ศิลปะชุมชนบ้านปลาข้าว ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ข้อมูลไว้ว่า “ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนที่เข้มแข็งในการสืบสานศิลปะการขับร้องหมอลำ โดยผู้นำชุมชนคนเฒ่าคนแก่ฝึกหัดให้เยาวชนหัดร้องหมอลำ ตั้งแต่เด็กรวมถึงการเล่นเครื่องดนตรี เช่น แคน พิณ กลองยาว” ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านหนึ่งกล่าวว่า “เพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว และมาหัดหมอลำที่บ้านปลาข้าว คนในชุมชนบ้านปลาข้าวต้องเป็นเจ้าบ้านที่ดีและเต็มใจในการนำเสนอศิลปะหมอลำ การขับร้องของคนในชุมชนนี้ เยาวชนก็ต้องสามารถเป็นชุดวัฒนธรรมและมีคฤหาสน์ชุมชนอย่างเต็มใจ” อีกท่านหนึ่งกล่าวว่า “คนในชุมชนต้องมีความภาคภูมิใจที่อาศัยในชุมชนที่มีคณะหมอลำมากที่สุดในประเทศไทย” และอีกท่านหนึ่งสนับสนุนให้คนในชุมชนทำธุรกิจที่พักแรม ท่านกล่าวว่า “ที่ชุมชนบ้านปลาข้าวต้องมีโฮมสเตย์ที่ลงทุนโดยคนในชุมชนเป็นแหล่งที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอีกด้วย” การมีที่พักแบบโฮมสเตย์เป็นการสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนแบบมีส่วนร่วม

ภาควิชาการ มีส่วนร่วมในการพัฒนา ร่วมวางแผน ร่วมสร้างนวัตกรรมในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะของชุมชนบ้านปลาข้าว ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า “นักวิชาการชำนาญการ คณะอาจารย์ สามารถเข้ามาทำวิจัยและพัฒนาอบรมบุคลากรสร้างสรรค์ นำเอาเทคโนโลยีมาบูรณาการในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขการทำกิจกรรมให้ทันสมัยมากขึ้น” และอีกท่านหนึ่งแนะนำว่า “นักวิชาการของอำนาจเจริญจะต้องมีบทบาทในการช่วยแนะนำ

ให้คำปรึกษาในการทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านปลาคว้าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะได้”

จากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้น ผู้ให้ข้อมูลหลายท่านให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่องความยั่งยืนตามแนวทางของการพัฒนาที่มีเป้าหมายมุ่งสู่ความยั่งยืน (Sustainable Development Goals-SDG) ตามที่มีการกำหนดไว้ใน Agenda 2030 ของสหประชาชาติ ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “จะต้องให้ความสำคัญกับการดำรงความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ” คำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาคว้าวจะทำให้การท่องเที่ยวของบ้านปลาคว้าวดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถดำรงความยั่งยืนได้ครบทุกด้าน คือ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ

ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นได้เมื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคือการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน” และผู้ให้ข้อมูลอีกท่านหนึ่งกล่าวว่า “การดำรงความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีโอกาสได้จัดกิจกรรมที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการเอง เช่น การสอนทำอาหารพื้นเมือง การสอนทำของที่ระลึก หรือการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ที่จะทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น” การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะดำรงความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ จะต้องมีการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่คนในชุมชน ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “จะต้องมีโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการในท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาคว้าว เช่น การผลิตเครื่องดนตรีพื้นบ้าน แคน โหด พิน หรือผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากปลา เช่น ปลาทอดกรอบทรงเครื่อง หรือการให้บริการทัวร์ที่มีโปรแกรมทัวร์แบบพักค้างคืน ธุรกิจต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวดำเนินการโดยคนในชุมชน พนักงานลูกจ้างของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นบุคคลในพื้นที่ โดยจะต้องมีการพัฒนาความรู้และทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากลให้แก่คนในชุมชนที่ทำงานในธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านปลาคว้าว”

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเสริมสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจให้ชุมชนจะต้องมีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ธุรกิจ SME ในชุมชน ผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า “ควรมีการจัดประกวดการขับร้องหมอลำ เพื่อเป็นตัวแทนนำเสนอและสอนวิธีการขับร้องหมอลำให้นักท่องเที่ยว” และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์มากกว่าการฝึกร้องหมอลำ ควรจะมีการนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่นเพื่อเพิ่มคุณค่าให้นักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งแนะนำว่า “งานสักการะพระศรีโพธิ์ชัยที่ประดิษฐาน ณ วัดโพธิ์ชัย ก็สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกมาร่วมงานได้ การนำเสนอสินค้า OTOP และสินค้า CPOT ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมของชุมชนบ้านปลาคว้าว

จะช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชนที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า OTOP และ CPOT ของบ้านปลาข้าวและชุมชนใกล้เคียง” ที่สำคัญคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว ที่มีเป้าหมายในการแก้ปัญหาความยากจนของคนในพื้นที่ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่และ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของบ้านปลาข้าวจะต้องมั่นใจว่ารายได้ที่เป็นผลประโยชน์ จากการท่องเที่ยวจะต้องมีการกระจายให้แก่คนในพื้นที่อย่างยุติธรรมและทัดเทียม

ความยั่งยืนทางสังคม

ความยั่งยืนทางด้านสังคม คือ การมุ่งเน้นเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่า “ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวจะต้องมีการส่งเสริมการอนุรักษ์ประเพณี และวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในชุมชนด้วย โดยการสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมและพิธีกรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาข้าว โดยจะต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของบ้านปลาข้าว ที่ถูกต้อง และรณรงค์เรื่องการช่วยกันดำรงรักษา สืบสานวัฒนธรรมของชุมชนบ้านปลาข้าวด้วยความ ภาคภูมิใจ” นอกจากการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนปลาข้าวให้ยั่งยืนแล้ว ความยั่งยืนด้านสังคม ยังหมายถึง การดำรงรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของชุมชน ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “คนในชุมชนจะต้องสร้างความเข้าใจและความสามัคคี ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน บ้านปลาข้าว จะต้องมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความเข้าใจและความสามัคคีระหว่างชุมชนและ นักท่องเที่ยว เช่น การจัดเวิร์กช็อปการทำอาหารพื้นเมืองหรือการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น” สิ่งที่สำคัญคือต้องอย่าให้เกิดอาชญากรรมที่เกิดจากการมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนบ้านปลาข้าว เพิ่มขึ้น และในยุคนี้ที่เป็นยุคหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 จะต้องมีมาตรการระมัดระวังอย่าให้เกิด ปัญหาโรคติดต่อในพื้นที่จังหวัดอำนาจเจริญ ที่มีสาเหตุมาจากการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “มาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ยังคงต้องระวังต่อไป ประมาทไม่ได้”

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะต้องใช้กิจกรรมทางวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน บ้านปลาข้าวจะต้องให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาข้าว ประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ไท ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ผู้ประกอบการจะต้องทำธุรกิจด้านวัฒนธรรม ด้วยการพัฒนาสินค้าและบริการที่สะท้อนถึง วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น เช่น การผลิตของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชน บ้านปลาข้าว และถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก็ต้องจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยว ได้จัดทำด้วย หัตถ์ขบร้อมหมอลำ หัตถ์พ้อน หัตถ์เล่น หัตถ์ทำอาหาร กิจกรรมจับปลาข้าว” การพัฒนา สินค้าและบริการบนฐานวัฒนธรรม จะเป็นการช่วยดำรงรักษาและสืบสานวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ของบ้านปลาข้าวให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

ความยั่งยืนด้านคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาข้าว จะต้องมีการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งแนะนำว่า “ถ้ามีการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว ควรจะมีการจัดกิจกรรมรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกต้นไม้ ต้นสับ และควรจะมีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบเดินทางเท้าที่จะลดมลภาวะฝุ่นในชุมชนได้” จะต้องมีการรณรงค์สร้างความตระหนักเกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนและส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการจัดประชุม ชุมชน เพื่อหารือเกี่ยวกับแผนการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

การดำเนินการดังที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาข้าวมีความยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งหมดนี้จะต้องมีแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาข้าวต้องให้ความสำคัญกับปรัชญาความยั่งยืนที่สหประชาชาติได้กำหนดให้เป็นวาระสำคัญของโลกตามแนวทางของ Agenda 2030

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลยังให้คำแนะนำว่าการดำเนินการจะสำเร็จได้จะต้องยึดหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริม ตั้งแต่การวางแผนไปจนถึงการประเมินและวัดผล ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาข้าวให้เป็นการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวต้องทำให้คนในชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Community Ownership) โดยชุมชนต้องมีสิทธิ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากร และการแบ่งปันผลประโยชน์ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชนที่มาจากตัวแทนทุกกลุ่มในพื้นที่”

การบริหารจัดการทุกขั้นตอนจะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม เริ่มตั้งแต่การสำรวจศักยภาพการออกแบบกิจกรรม ไปจนถึงการติดตามผล โดยใช้กลไกในการสร้างโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “ควรมีการจัดเวทีสาธารณะ หรือการทำแผนที่เดินดินเพื่อระบุจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว รวมทั้งสถานที่สำหรับจัดทำกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ”

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของบ้านปลาข้าวเป็นการพัฒนาโดยคนในชุมชนเพื่อคนในชุมชน ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งแนะนำว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านปลาข้าวต้องให้ความสำคัญกับการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยมีการสร้างระบบการแบ่งปันรายได้เพื่อการพัฒนา ผู้สัมภาษณ์แนะนำว่า และควรมีการกำหนดสัดส่วนรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวเข้าสู่

กองทุนชุมชน และเพื่อให้คนในชุมชนสนับสนุนการพัฒนาให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนชุมชนปลาค้าวมากขึ้น จะต้องมีการส่งเสริมการจ้างงานท้องถิ่นในทุก ๆ ธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการพัฒนาความรู้ ทักษะที่ทำให้พวกเขา มีความพร้อมที่จะเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ”

นอกจากนั้นแล้ว คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของบ้านปลาค้าว ให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำว่า “คนในชุมชนเองจะต้องทำหน้าที่เป็น ผู้รักษามรดกทางวัฒนธรรม นักวิชาการในพื้นที่จะต้องจัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ภาษาล้าน อาหารพื้นบ้าน ประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ ที่ถูกต้องและเป็นของจริงไว้นำเสนอให้นักท่องเที่ยว” ในขณะเดียวกัน ผู้นำชุมชนจะต้องเข้าร่วมการประชุมวางแผน เพื่อจะได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และการกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะ เป็น จุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ผู้นำชุมชนต้องร่วมตัดสินใจในการใช้ ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน และการออกแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะใช้เป็น จุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนชุมชนบ้านปลาค้าว”

การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนที่ยั่งยืนนั้นจะต้องให้ความสำคัญกับการสืบสาน ประเพณี วิถีชีวิต และงานเทศกาลต่าง ๆ จากรุ่นสู่รุ่น เพราะดำรงรักษามิติต่างๆของวัฒนธรรม ให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “จะต้องมีการอบรมและการณรงค์ที่ส่งเสริมการถ่ายทอด ความรู้ระหว่างรุ่น เช่น การทำเครื่องหมอลำ การหัดเล่นเครื่องดนตรี การหัดทักทอผ้าไหม เพื่อให้ทุกคน ในชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้ดำรงรักษาวัฒนธรรมไว้อย่างยั่งยืน” นอกจากนี้คนในพื้นที่จะมีส่วนร่วมใน การสืบสานวัฒนธรรมให้ยั่งยืนแล้ว ในการบริหารการท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดการพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวไม่ให้ทำลายวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆของชุมชนบ้านปลาค้าว ผู้ให้ ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องกำหนดกฎเกณฑ์การใช้ทรัพยากรร่วม เช่น ระบบโควตาจำนวนนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีความพอดี ไม่มากเกินไปจนทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว” และเพื่อรักษา ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของชุมชน การนำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมบ้านปลาค้าวจะต้องเป็น ของจริง (Authentic Culture) ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการพัฒนาแนวทางป้องกันการนำเสนอ เรื่องราวของวัฒนธรรมที่เน้นโอกาสทางธุรกิจมากเกินไป เพราะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันต้องการ สัมผัสวัฒนธรรมชุมชนที่เป็นของจริง”

การจะให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน บ้านปลาค้าว จะต้องสร้างสมรรถนะให้แก่คนในชุมชนเพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้อง มี การเสริมสร้างสมรรถนะของคนในชุมชน โดยจัดฝึกอบรมให้ความรู้และเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ในการรองรับ นักท่องเที่ยว” คนในชุมชนต้องได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้เพียงพอที่จะมีส่วนร่วมการวางแผน

การบริหารจัดการ การเฝ้าระวัง และการประเมินผลการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุป แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนบ้านปลาคว้าวเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องเป็นการพัฒนาและส่งเสริมแบบบูรณาการที่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการจะต้องรวมพลังในการทำงานร่วมกันอย่างมีเอกภาพ โดยที่ภาครัฐมีหน้าที่ด้านนโยบาย งบประมาณ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการตลาดเพื่อการส่งเสริมภาคเอกชน มีหน้าที่ในการลงทุน พัฒนาลินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาคว้าว พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากล ทำการตลาดเพื่อการสร้างตราสินค้าและบริการในชุมชนบ้านปลาคว้าวเป็นชุมชนที่มีการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ภาคชุมชนต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การร่วมตัดสินใจ การดำเนินการไปจนถึง การตรวจสอบและประเมินผล มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทูตวัฒนธรรม ภาควิชาการจะต้องมีส่วนร่วมในการทำวิจัย และให้คำแนะนำในการใช้เทคโนโลยีพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนบ้านปลาคว้าว จัดการฝึกอบรมคนในพื้นที่ให้เป็นบุคลากรที่ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล เสนอแนะการสร้างเครือข่ายกับพันธมิตร ยุทธศาสตร์เพื่อความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาคว้าว

การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว้าวจะประสบความสำเร็จได้จะต้องเป็นการพัฒนาบนฐานปรัชญาความยั่งยืนที่สหประชาชาติกำหนดไว้เป็นวาระแห่งโลก ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นธรรม ด้านสังคมและวัฒนธรรม ที่จะต้องเน้นความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมให้ปราศจากอาชญากรรมและโรคระบาด มีการอนุรักษ์และสืบสาน วัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในอำนาจเจริญ และด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยการท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายคุณภาพสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ โดยที่ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นแล้ว การพัฒนาการท่องเที่ยวจะสำเร็จได้ จะต้องเป็นการพัฒนาด้วยหลักการของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน โดยให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่น การเป็นผู้ประกอบการ การเป็นผู้ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล การเป็นเจ้าของที่ดี การเป็นทูตวัฒนธรรม การร่วมมืออนุรักษ์วัฒนธรรม การเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของบ้านปลาคว้าว และการเป็นผู้ฝึกสอนนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ในฐานะปราชญ์ชุมชนที่จะปฏิบัติสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และเป็นผู้นำในการอนุรักษ์และสืบสานกิจกรรมด้านการสร้างสรรค์ของชุมชน และ

ท้ายที่สุดจะต้องเป็นผู้เฝ้าระวัง ตรวจสอบ และวัดผลการดำเนินการท่องเที่ยวว่ามีผลกระทบกับพื้นที่อย่างไร ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

จุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชนบ้านปลาข้าวในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จุดแข็งและจุดอ่อนในการพัฒนาบ้านปลาข้าวให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยสามารถประมวลจากการให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลได้ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. บ้านปลาข้าวเป็นชุมชนที่เด่นเรื่องการขับร้องหมอลำ และมีวงดนตรีเฉพาะของหมู่บ้าน
2. ถนนการเข้าถึงได้ง่าย เป็นทางลาดยางและเสริมคอนกรีตเส้นทางหลักเชื่อมต่อไปอำเภอพนา อุบลราชธานีได้
3. มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรมการพัฒนาชุมชนที่เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยวชุมชนยลวิถี
4. มีโบราณสถาน และแหล่งประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การเรียนรู้และอนุรักษ์
5. มีการส่งเสริม เงินลงทุน จากโครงการสนับสนุนของจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบล
6. ชุมชนมีตลาดนัด ในการส่งเสริมเศรษฐกิจภายในชุมชน
7. กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP และกลุ่มสร้างอาชีพ ร่วมมือ กับ กลุ่ม Homestay เบ่งวัฒนธรรมหมอลำปลาข้าว
8. มีสถานประกอบการ Homestay เพียงพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวที่เน้นการสัมผัสวัฒนธรรมชนบทซึ่งได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์
9. มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านอื่นๆได้ เช่น การทำอาหาร จากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หาได้ตามฤดูกาล รวมถึงกิจกรรมตามประเพณีชุมชน

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดการโฆษณาและโซเชียลมีเดียไม่เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายเพียงพอ
2. การติดต่อและสอบถามข้อมูลไม่มีช่องทางให้เลือก มีแค่เบอร์โทรติดต่อกับทางผู้นำชุมชนเท่านั้น
3. การเข้าถึงชุมชนไม่มีรถสาธารณะในการเดินทางเข้าไปในหมู่บ้าน จำเป็นต้องมีรถยนต์ส่วนตัว รถรับจ้างไม่ประจำทาง
4. เส้นทางเข้าหมู่บ้านเป็นทางหลักเชื่อมต่ออำเภอพนาและอำเภอเขมราฐได้ จะเป็นเพียงทางผ่านของนักท่องเที่ยวจึงไม่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวได้

5. แม้ว่าองค์การบริหารส่วนตำบลจะให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงขาดความรู้ด้านภูมิทัศน์และการวางแผนการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น

6. ขาดแคลนมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ภาษาต่างประเทศ

โดยสรุป ชุมชนบ้านปลาคว่ำมีจุดแข็งทางด้านวัฒนธรรม และธรรมชาติที่สามารถใช้เป็นที่จุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีงานเทศกาลของชนเผ่าภูไทที่อยู่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของบ้านปลาคว่ำได้เป็นอย่างดี ถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนบ้านปลาคว่ำอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลก็จะสามารถทำให้ชุมชนบ้านปลาคว่ำเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตาม ชุมชนบ้านปลาคว่ำยังมีจุดอ่อนที่จะต้องแก้ไข นั่นคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและอำนวยความสะดวกอื่นๆที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการแก้ไข และจุดอ่อนที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ คนในพื้นที่ยังไม่ตระหนักรู้ความสำคัญของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ทำให้พวกเขาไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว่ำ

โอกาสและอุปสรรคของชุมชนบ้านปลาคว่ำการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภาค คือภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ผู้วิจัยสามารถสรุปโอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนบ้านปลาคว่ำเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังต่อไปนี้

โอกาส (Opportunities)

1. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และโครงการชุมชนท่องเที่ยวของธนาคารส่งเสริมการเกษตร
2. กระแสการท่องเที่ยวชุมชนวิถี การท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ วัฒนธรรมและการลงมือทำ
3. มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญและจังหวัดอุบลราชธานี
4. กระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมรวมถึงการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เป็นโอกาสในการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของบ้านปลาคว่ำให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับประเทศต่อไป

อุปสรรค/ภัยคุกคาม (Threats)

อุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว่ำ คือเส้นทางถนนหลักที่ตัดผ่านบ้านปลาคว่ำเป็นถนนเส้นหลักที่ตัดผ่านไปยังอำเภอโขงเจียมและอำเภอพนาของจังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวจะใช้เส้นทางนี้ขับผ่านชุมชนไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ใกล้เคียง

เช่น อำเภอพนา มีพระเหลาเทพนิมิตร์ การท่องเที่ยวเชิงสมุนไพร เป็นต้นส่วนของอำเภอโขงเจียม จะมีถนนคนเดินและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น สามพันโบก ผาชนะได ผาแต้มที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ดังนั้นอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว คือที่ตั้งของชุมชนติดกับจังหวัดที่มีทรัพยากรทางท่องเที่ยวที่มากกว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่า ชุมชนบ้านปลาข้าวที่ตั้งของชุมชนมีถนนตัดผ่านเชื่อมสองอำเภอที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มากกว่า มีกิจกรรมที่มากกว่าและการตลาดที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านปลาข้าว นอกจากอุปสรรคในเรื่องที่ตั้งแล้ว กระแสการท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นทำให้วิถีชีวิตของตนเปลี่ยนแปลงไป ขาดภูมิคุ้มกันจากกระแสโลกาภิวัตน์เกิดการลอกเลียนแบบได้ งบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนไม่เพียงพอ ถึงแม้ว่าจะมีโครงการสนับสนุนจาก ธนาคารเพื่อการเกษตร แต่ยังมีส่วนอื่น ๆ ที่ต้องพัฒนามากขึ้น รวมไปถึงปัญหาโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องเร่งแก้ไข การเข้าถึงชุมชนที่ต้องพัฒนาให้ได้ตามมาตรฐานระดับสากลและบางปีเกิดภัยจากธรรมชาติฝนไม่ตกตามฤดูกาล ภัยแล้งในการเพาะปลูกหรือบ่อน้ำในการจับปลาทางธรรมชาติ

สรุป โอกาส (Opportunities) ของบ้านปลาข้าวในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ มีดังนี้ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวชุมชนยลวิถี มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญและจังหวัดอุบลราชธานี คนในชุมชนมีการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

อุปสรรค/ภัยคุกคาม (Threats) คือ เส้นทางถนนหลักที่ตัดผ่านบ้านปลาข้าวเป็นถนนเส้นหลัก ที่ตัดผ่านไปยังอำเภอโขงเจียมและอำเภอพนา ของจังหวัดอุบลราชธานี ทำให้นักท่องเที่ยวจะใช้เส้นทางนี้ขับผ่านชุมชนไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ใกล้เคียง ที่มีการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงสมุนไพร ถนนคนเดิน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียงมีทรัพยากรทางท่องเที่ยวที่มากกว่า มีกิจกรรมที่มากกว่า และการตลาดที่ดีกว่า กระแสโลกาภิวัตน์เกิดการลอกเลียนแบบทำให้ชุมชนบ้านปลาข้าวขาดความเป็นเอกลักษณ์ งบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนไม่เพียงพอและมีปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องเร่งแก้ไข การเข้าถึงชุมชนที่ต้องพัฒนาให้ได้ตามมาตรฐานระดับสากล

แนวทางในการพัฒนาเพื่อทำให้ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ที่ทำหน้าที่วางแผนและดำเนินการจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย การเข้าถึง (Accessibility) ที่พักแรม (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว (Activities) สิ่งอำนวยความสะดวก (Ancillaries) และสิ่งที่เพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

(Amenities) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 ภาค คือภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ผู้วิจัยสามารถสรุปการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาคว้าว ได้ดังนี้

1. Accessibility (การเข้าถึง) ปัจจุบันการเดินทางมายังชุมชนบ้านปลาคว้าว ส่วนใหญ่พึ่งพารถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทางแค่บางช่วงเวลาเท่านั้น นักท่องเที่ยวยังไม่ได้ความสะดวกสบายเท่าที่ควรที่จอดรถภายในชุมชนและเส้นทางบางช่วงยังไม่ได้รับการบูรณะหรือซ่อมแซมในการเดินทางโดยใช้ Google Map ไม่ได้ขึ้นที่ตั่งที่ชัดเจน และบางครั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตยังไม่ชัดเจน ในการพัฒนาระยะสั้น ควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน นำทางและระบบขนส่งสาธารณะ เช่น แผนที่เดินดินในการเดินเที่ยวภายในชุมชน ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ตั้งแต่ต้นจังหวัดรวมถึงป้ายบอกทางภายในชุมชน” นอกจากนี้จะมีการพัฒนาการเดินทางภายในชุมชนบ้านปลาคว้าวแล้ว จะต้องมีการพัฒนาระยะยาวด้วย ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “สำหรับระยะยาว ควรผลักดันให้มีโครงการปรับปรุงการเดินทางมายังชุมชนและเส้นทางนำเที่ยวใกล้เคียงที่ชัดเจน สร้างที่จอดรถในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ และต่างประเทศ” นอกจากนั้นแล้ว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงประวัติศาสตร์แบบยั่งยืน ลด Carbon Footprint ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรจัดกิจกรรม "Car Free Day" เป็นประจำในย่านเมืองเก่า ส่งเสริมการเดินเท้าและการใช้จักรยาน พร้อมจัดแสดงงานศิลปะทางด้านวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้ชม หรือฝึกหัดทำงานศิลปะหัตถกรรมไปตลอดริมทาง”

2. Accommodation (ที่พัก) มีโฮมสเตย์ภายในชุมชน มีจำนวนจำกัดและอาจไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่าในการพัฒนาที่พักในชุมชนบ้านปลาคว้าว “ควรมีการส่งเสริมโฮมสเตย์เชิงธุรกิจ โดยสนับสนุนให้ชุมชนเปิดบ้านพักโฮมสเตย์ที่ติดถนนหลัก หรือริสอร์ทที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในชุมชน นำเสนอประสบการณ์วิถีชีวิตท้องถิ่น เช่น การทำอาหารพื้นเมือง การทอผ้าไหม การจักสาน” ในขณะเดียวกัน ต้องพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อให้ได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเป็นที่พักคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการจะเลือกเข้าพัก ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ในการพัฒนาเรื่องที่พัก ควรจะพัฒนากลไกการรับรองคุณภาพ สร้างมาตรฐานและให้การรับรองที่พักว่าเป็นที่พักสีเขียวที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อมเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” นอกจากนั้นแล้ว เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ควรจะมีที่พักแบบสร้างสรรค์ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “น่าจะมีการออกแบบ “บ้านพัก คณะหมอลำ” ที่พักธีมพิเศษที่สะท้อนงานศิลปะ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านปลาคว้าว”

3. Attraction (แหล่งท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวหลักในชุมชน คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “การสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าไปทำ นอกจากการเข้าไปชมหรือฟังหมอลำแล้ว นักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์ใหม่ในการเข้าไปหัด

เข้าไปทำ กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชนบ้านปลาข้าวและการสร้างเรื่องราว (Storytelling) เป็นหัวใจของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ต้องมีการพัฒนาการนำเสนอเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวให้มีชีวิตชีวา น่าสนใจและเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว” และเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว แก้ปัญหาของการมีนักท่องเที่ยวมาน้อยในบางฤดูกาล ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ทำปฏิทินการท่องเที่ยว ของชุมชน ต้องมีการสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษและกิจกรรมในงานเทศกาลใหม่ ๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น เทศกาลอาหารภูไท ในช่วงฤดูหลังเก็บเกี่ยว กิจกรรมการปลูกข้าวด้วยวิถีชุมชนดั้งเดิม เทศกาลศิลปะชุมชน” และควรจะมีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวแวนนอนพืงหมอลำที่ชุมชนบ้านปลาข้าว เป็นที่แวะพักก่อนเดินทางต่ออีกวันไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไป”

4. Activities (กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว) กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนในปัจจุบันส่วนใหญ่เน้นการเยี่ยมชมวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ “ดูและเรียนรู้” เท่านั้น แต่ไม่ได้ทำกิจกรรมอะไร ดังนั้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวต้องเปลี่ยนจากการ “ดูและเรียนรู้” มาเป็นการได้ทำกิจกรรมบางอย่าง ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “ในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและทางประวัติศาสตร์ ต้องมีการส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ การทำเครื่องหมอลำ แต่งกลอนร้องเข้าจังหวะ สอนเล่นเครื่องดนตรี ร่วมทำอาหารพื้นบ้าน สอนการจักสาน สอนทำผ้ามัดย้อม สอนแกะสลัก และการเขียนใบลานด้วยอักษร อีสานดั้งเดิม” การพัฒนากิจกรรมเหล่านี้ จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้ หัดทำอะไรบางอย่างและได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่เป็นปราชญ์ท้องถิ่น นอกจากนั้นแล้ว เพื่อให้ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ เช่น จับปลาข้าว การประกวดการขับร้องหมอลำ การแต่งกลอนบทขับร้อง การแข่งขันทำอาหาร เปิดตลาดนัดจำหน่ายสินค้าทำด้วยมือ ออกแบบกิจกรรม CSR ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีคุณค่าทางสังคม” ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านหนึ่งแนะนำให้ “พัฒนา “เกมล่าท้าปราสาท” ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์และความเชื่อท้องถิ่นผ่านการเล่นเกม”

5. Ancillaries (สิ่งอำนวยความสะดวก) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะในปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จะสร้างความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวยังมีจำกัด ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในชุมชนบ้านปลาข้าวยังมีจำกัด โดยเฉพาะป้ายบอกทาง ห้องน้ำสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว” ดังนั้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำว่า “ต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก: ติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน พัฒนาห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดและเพียงพอ จัดตั้งศูนย์บริการ

นักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และเพื่อความทันสมัยในการดำเนินธุรกิจกับนักท่องเที่ยวจะต้องมีการใช้ประโยชน์จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล” ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องพัฒนาแอปพลิเคชัน: สร้างแอปพลิเคชันที่รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ร้านอาหาร ที่พัก และกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหา ติดต่อสอบถามและทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้โดยสะดวกตามยุคดิจิทัล” ในเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล จะต้องมีการพัฒนาจุดถ่ายรูป (Selfie) ให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพสวย ๆ ของชุมชนบ้านปลาข้าวไปเล่าในพื้นที่ Social Media เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวได้อีกทางหนึ่ง ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่าให้ “ออกแบบ สถานีเติมพลังใจ เป็นจุดพักผ่อนที่มีมุมถ่ายรูปสวยๆ บริการน้ำดื่มฟรี และข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการนำไปเล่าให้เพื่อน ๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์”

6. Amenities (สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษ) สิ่งที่เสริมสร้างประสบการณ์พิเศษให้นักท่องเที่ยวได้แก่ สถานบันเทิง ชีวิตยามค่ำคืน ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม แหล่ง Shopping ตลาดชุมชน ไม่มีความพิเศษที่ น่าประทับใจอะไร” ดังนั้น ต้องมีโครงการส่งเสริมการลงทุนการทำธุรกิจที่จะเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ในการพัฒนาต้องมีการส่งเสริมที่พัก รีสอร์ท ร้านสปา และคาเฟ่ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้สมุนไพรและวัตถุดิบชุมชน ตกแต่งร้านให้สวยงามที่สร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาข้าว” เพื่อให้ชีวิตยามค่ำคืนมีสีสัน สร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “จัดกิจกรรมบันเทิง จัดแสดงหมอลำ มีตลาดกลางคืนและกิจกรรมอื่น ๆ ที่สร้างความบันเทิงและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว สร้างถนนตกแต่งให้เกิดความประทับใจ ที่รวบรวมร้านค้าทางวัฒนธรรม (CPOT) แกลเลอรี และสตูดิโอของศิลปินท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเป็นประสบการณ์พิเศษที่ไม่อาจจะหาได้จากจังหวัดอื่น”

นอกเหนือจากองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยว 6A ตามทฤษฎีที่ตั้งเดิมแล้วผู้ให้ข้อมูลยังให้ความสำคัญกับ

7. Authenticity (ความเป็นของแท้) “ที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่ต้องการได้สัมผัสวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ (Authentic Culture) ของท้องถิ่นที่พวกเขาไปเยือน ไม่ใช่วัฒนธรรมปรุงแต่ง (Staged Culture) เพื่อความสะดวกในการดำเนินการเชิงพาณิชย์ (Commercialization) เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าว ต้องเน้นการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชนให้คงอยู่” และนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ที่เป็นของจริง ไม่ปรุงแต่ง

อีกเรื่องหนึ่งที่ทำให้ข้อมูลให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าว คือ

8. Atmosphere (บรรยากาศ) ในที่นี้หมายถึง ความสะอาด ความสวยงาม การกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพของบรรยากาศที่ปราศจากมลพิษ รวมทั้งเรื่องภาพลักษณ์ที่มีชื่อเสียงด้านความปลอดภัยของชุมชนบ้านปลาข้าวผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า “พอเข้าไปในชุมชนนักท่องเที่ยวต้องมองเห็นความเป็นชุมชนหมอลำที่มีคณะหมอลำมากที่สุดในประเทศ กลิ่นของความเป็นอีสาน ทั้งถนน เสาไฟฟ้า ราวสะพาน บ้านพักอาศัย นอกจากสวยแล้ว จะต้องสะอาดด้วย ต้องไม่มีขยะบนถนนหรือข้างทาง” ในขณะเดียวกัน เรื่องความปลอดภัยก็เป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้นชุมชนบ้านปลาข้าวต้องมีภาพลักษณ์ชื่อเสียงว่าเป็นเมืองที่ปลอดภัย ไม่มีปัญหาด้านอาชญากรรม ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ความสงบเรียบร้อยของชุมชน ที่ไม่มีปัญหาโจรผู้ร้าย การฉกชิงวิ่งราว มีส่วนในการสร้างบรรยากาศที่ดี ทำให้ชุมชนเป็นชุมชนน่าเที่ยว”

เพื่อเพิ่มพลังในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เยือนชุมชนบ้านปลาข้าว ความร่วมมือเป็นพันธมิตรกับจังหวัดข้างเคียงอย่างอุบลราชธานี ก็ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาที่ควรทำ ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลจึงเพิ่มองค์ประกอบเพื่อการพัฒนาอีกองค์ประกอบหนึ่ง คือ Alliance (การมีพันธมิตร) ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “แทนที่จะแข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียง ทำไมเราไม่ร่วมมือกับพวกเขา ทำแผนการตลาดส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าการมาเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวจะมีโอกาสได้ไปเที่ยวอีกหลายที่ และหลากหลายกิจกรรมให้ได้ทำ”

สรุป องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวยังต้องมีการพัฒนาอีกมากด้าน Accessibility (การเข้าถึง) ยังต้องอาศัยรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง และเมื่อท่องเที่ยวอยู่ในชุมชนบ้านปลาข้าว นักท่องเที่ยวยังไม่ได้ความสะดวกสบายเท่าที่ควร ควรมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ในระยะยาวด้วย เช่น เส้นทางเชื่อมโยงที่ดีมากขึ้น ถนนลาดยางที่ได้มาตรฐาน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ และต่างประเทศ”

ด้าน Accommodation (ที่พัก) ที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กและรีสอร์ตระดับกลาง มีจำนวนจำกัดและอาจไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล ควรสนับสนุนให้ชุมชนเปิดบ้านพักโฮมสเตย์ นำเสนอประสบการณ์วิถีชีวิตท้องถิ่น ต้องพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อให้ได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเป็นที่พักคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการจะเลือกเข้าพัก สร้างมาตรฐานและให้ได้รับการรับรองว่าเป็นที่พักที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ควรจะมีที่พักแบบสร้างสรรค์ ที่มีธีมพิเศษที่สะท้อนงานศิลปะ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านปลาข้าว

ด้าน Activities (กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว) กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านปลาข้าวปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมบางอย่าง เช่น หัดร้องหมอลำ หัดแต่งกลอนเข้ากับจังหวะ

หัตถ์ทำอาหารพื้นเมือง การจักสาน การทำผ้ามัดย้อม การแกะสลัก และเรียนดนตรีพื้นบ้าน เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้หัดทำอะไรบางอย่าง และได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่เป็นปราชญ์ท้องถิ่น ควรจัดค่ายศิลปะ การประกวดหมอลำ การแข่งขันทำอาหาร เปิดตลาดนัด หน่ายสินค้าทำด้วยมือ ออกแบบกิจกรรม ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในรูปแบบต่างๆที่มีคุณค่าทางสังคม

ด้าน Ancillaries (สิ่งอำนวยความสะดวก) ต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน พัฒนาห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดและเพียงพอ จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และเพื่อความทันสมัยในการดำเนินธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวจะต้องมีการใช้ประโยชน์จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล ต้องสร้างแอปพลิเคชันที่รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ที่พัก และกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหา ติดต่อสอบถาม และทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้โดยสะดวกตามยุคดิจิทัล ต้องมีการพัฒนาจุดถ่ายรูป (Selfie) ให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพสวย ๆ ของชุมชนบ้านปลาข้าว ไปเล่าในพื้นที่ Social Media เพื่อให้เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวได้อีกทางหนึ่ง

ด้าน Amenities (สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษ) สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษต้องเน้นด้านนันทนาการ ได้แก่ สถานบันเทิง ชีวิตยามค่ำคืน ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม แหล่ง Shopping ต้องมีโครงการส่งเสริมการลงทุน การทำธุรกิจที่จะเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว ร้านอาหารต้องพัฒนาเมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เป็นอาหารประกอบ การตกแต่งร้านต้องสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาข้าว เพื่อให้ชีวิตยามค่ำคืนมีสีสัน ควรจัดให้มีแสดงดนตรีหมอลำ มีตลาดกลางคืน และกิจกรรมอื่น ๆ ที่สร้างความบันเทิงและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว

นอกเหนือจากองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยว 6A ตามทฤษฎีดั้งเดิมแล้ว ต้องให้ความสำคัญกับ Authenticity (ความเป็นของแท้) รักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนให้คงอยู่ Atmosphere (บรรยากาศ) ก็ต้องได้รับการพัฒนา ด้านความสะอาด ความสวยงาม การกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพของบรรยากาศที่ปราศจากมลพิษ รวมทั้งเรื่องภาพลักษณ์ชื่อเสียงด้านความปลอดภัยของชุมชนบ้านปลาข้าว ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า ความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองที่ไม่มีปัญหาโจรผู้ร้าย การฉกชิงวิ่งราว นอกจากนั้น เพื่อเพิ่มพลังในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมีเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว ความร่วมมือเป็นพันธมิตรกับจังหวัดข้างเคียงอย่างอำเภอโขงเจียม อำเภอพนา ก็ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาที่ควรทำ ดังนั้น อีกหนึ่งองค์ประกอบที่ต้องพัฒนา คือ Alliance (การมีพันธมิตร) ทำแผนการตลาดส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า การมาเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวจะมีโอกาสได้ไปเที่ยวอีกหลายที่ และมีกิจกรรมให้ทำอีกหลากหลาย

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านศิลปะหมอลำของชุมชนบ้านปลาข้าวที่จะนำเสนอ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทรัพยากรที่มีอยู่แล้วสามารถสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า หมอลำ สามารถสอนและหัดกันได้ ผู้ที่สนใจในการเรียนรู้การขับร้องหมอลำ ที่บ้านปลาข้าวจะมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำดังนี้ การขับร้องหมอลำเข้าจังหวะ การรำฟ้อนหมอลำ การเล่นเครื่องดนตรีเข้าจังหวะ นอกจากทรัพยากรด้านศิลปะหมอลำ นักท่องเที่ยวจะได้ ประกอบอาหารพื้นบ้านกับวัตถุดิบตามฤดูกาล การจับปลาตามวิถีชุมชน การทำของฝากด้วยตนเองจากหัตถกรรม สินค้าโอท็อปของชุมชน ดังที่กล่าวมานี้ สร้างเป็นโปรแกรมการพักเที่ยวภายในชุมชนได้ตลอดทั้งวันและมีที่พักโฮมสเตย์ที่จะชวนนักท่องเที่ยวไม่ใช่แค่แวะพัก แต่อยู่เพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจภายในชุมชนได้

เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าวประสบความสำเร็จ จะต้องมีแผนพัฒนาและขยายกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบ้านปลาข้าว โดยจะต้องมีผู้ประกอบการลงทุนในฐานะผู้ดำเนินสร้างกิจกรรมการสร้างสรรค์ พัฒนาปราชญ์ชุมชนผู้มีความเชี่ยวชาญในกิจกรรมสร้างสรรค์ให้มีทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันก็ต้องพัฒนาเยาวชนให้มีความเชี่ยวชาญกิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาข้าว เพื่อประโยชน์ในการสืบสานเพื่อดำรงความยั่งยืนกิจกรรมสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาข้าวไปชั่วลูกชั่วหลาน การจัดกิจกรรมต้องดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ การบริการจะต้องเป็นเลิศเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันบ้านปลาข้าวจะต้องใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งด้านวัฒนธรรม ด้านประวัติศาสตร์ ด้านการเกษตร และด้านธรรมชาติ ในการนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆเพิ่มเติมจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว

โดยสรุป ชุมชนบ้านปลาข้าวมีกิจกรรมการสร้างสรรค์ที่หลากหลายในการจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือน เพื่อทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง เป็นประสบการณ์ของการเรียนรู้ การได้ลงมือทำ และการได้ปฏิสัมพันธ์กับปราชญ์ท้องถิ่น กิจกรรมสร้างสรรค์ สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ มีทั้งการฝึกหัดทำอาหารพื้นเมืองจากวัตถุดิบในท้องถิ่น การได้หัดทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานศิลปะหัตถกรรม การทำกิจกรรมทางการเกษตร การได้ทำกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตประจำวันของชาวบ้านในชุมชน และการได้ชมและร่วมกิจกรรมในงานประเพณีและงานเทศกาลต่าง ๆ ของชุมชนบ้านปลาข้าว

ในการจะทำการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่บ้านปลาข้าวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะต้องมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้ลงทุนเป็นผู้ดำเนินธุรกิจการจัดกิจกรรมการสร้างสรรค์ การทำการสื่อสารการตลาดเล่าเรื่องกิจกรรมสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าว

ให้นำสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนที่ทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง บรรยากาศของการเรียนรู้และการฝึกฝนจะต้องสร้างแรงบันดาลใจด้านการสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว การบริการจะต้องเป็นเลิศ ประชาชนชาวบ้านผู้ทำหน้าที่สอนจะต้องมีทักษะในการสอน และการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์

ในขณะเดียวกัน เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว ควรมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดอำนาจเจริญ พัฒนาการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคึกคักที่จะเดินทางมีเรียนรู้และฝึกฝนกิจกรรมสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ ที่นำเสนอ

ทรัพยากรท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ของชุมชนบ้านปลาข้าวที่จะเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว

การเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านสร้างสรรค์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าชุมชนบ้านปลาข้าว มีทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ขอความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนบ้านปลาข้าวมาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เสนอให้นักท่องเที่ยวที่มาร่วมทำกิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชนบ้านปลาข้าวมีทรัพยากรที่หลากหลาย ผู้ให้ข้อมูลได้เสนอแนะการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวมาเสนอการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนชุมชนแห่งนี้ของนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลมองเห็นว่ามีประเพณีดั้งเดิมที่สืบสานกันมาหลายชั่วอายุคน ในวัฒนธรรมดังกล่าวมีประเพณีหนึ่งที่สามารถนำมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวแนะนำว่า “ที่ชุมชนบ้านปลาข้าวมีประเพณีที่โดดเด่น เช่น ประเพณีฮีตสิบสองคองสิบสี่ การสักการะศาลเจ้าปู่ตายาย ที่ถือไหว้บูชากันมานานหลายปีและการสักการะพระเจ้าใหญ่ศรีโพธิ์ชัยที่จัดขึ้นทุกปี สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้” การพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย ลาว เวียดนาม แสดงให้เห็นว่าชุมชนบ้านปลาข้าวมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่าง ถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์ นำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมเหล่านี้ ก็จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมองเห็นว่า นอกเหนือจากการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์แล้ว ยังได้สัมผัสวัฒนธรรมผสมไทย-ลาว-เวียดนาม อีกด้วย

2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คนในชุมชนบ้านปลาข้าวจำนวนมากมีอาชีพเป็นเกษตรกร ทำให้ที่ชุมชน มีพืชเศรษฐกิจมากมาย และแหล่งเพาะปลูกพืชผลเหล่านั้นสามารถใช้เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นที่ปลูกข้าวหอมมะลิที่ได้คุณภาพ ดังนั้นควรมีการจัดเที่ยววิถีกรรมปลูกข้าว และผลผลิตทางเกษตรที่ขึ้นชื่อดอกดาวเรือง ก็ควรมีการนำเที่ยวไปสวนดอกดาวเรืองด้วย พื้นที่ทางการเกษตรที่น่าสนใจของชุมชนบ้านปลาข้าวยังมีอีกหลายแหล่ง เช่น สวนยาง และสวนมันสำปะหลัง สวนสมุนไพรกัญชา” ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงการเกษตร นอกจากได้ไปชมพื้นที่เพาะปลูกแล้ว พวกเขาอยากรทดลองปลูก จัดเก็บผลผลิต และหัดทำอาหารพื้นเมืองที่ทำมาจากวัตถุดิบที่เก็บได้จากไร่และสวนต่างๆที่พวกเขาไปเยือนด้วย

3. การท่องเที่ยวเชิงศาสนา นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง เมื่อไปเยือนที่ใดก็ตาม มักจะไปไหว้พระพุทธรูป หรือศาลหลักเมือง พระคู่บ้านคู่เมือง ที่ชุมชนบ้านปลาข้าวมี วัดศรีโพธิ์ชัย เป็นวัดที่สร้างขึ้นก่อนจะมีการย้ายถิ่นฐานของชาวภูไทที่บ้านปลาข้าว เป็นโบราณสถานที่สำคัญ แล้ววัดแห่งนี้ยังแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนกับวัดที่มีความผูกพันกันมาอย่างยาวนาน มีวิหารที่ประดิษฐานของพระเจ้าใหญ่ศรีโพธิ์ชัย พระคู่บ้านคู่เมืองของชาวบ้านปลาข้าวและอำนาจเจริญ วิหารญวน โบราณสถานสำคัญ ที่ตั้งอยู่ในวัดศรีโพธิ์ชัย เป็นศิลปะผสมผสานของ 3 ชาติ ไทย ลาว เวียดนาม ร่วมกันสร้างวิหารแห่งนี้ ได้สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2470 ด้านในยังเป็นที่ประดิษฐานพระเจ้าใหญ่ศรีโพธิ์ชัย ที่มีอายุเก่าแก่ กว่า 200 ปี พระพุทธรูปเก่าแก่คู่บ้านคู่เมืองของจ.อำนาจเจริญ นอกจากจะมีพระพุทธรูปโบราณแล้ว ยังมีของโบราณอีกหลายชิ้น อย่าง “ตู้พระไตรปิฎกโฮงฮดแบบไม้โบราณ” ซึ่งในโบราณสถานภาษาขอมโบราณและห่อด้วยผ้าไหมโบราณอยู่ เรียกได้ว่าที่แห่งนี้แหล่งประวัติศาสตร์ของประเทศไทยอีกที่หนึ่งเลยทีเดียว ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนที่มีวัดศรีโพธิ์ชัยนักท่องเที่ยวสามารถไปเยี่ยมชม ไปสักการะพระพุทธรูปและไปกราบไหว้พระเจ้าใหญ่ศรีโพธิ์ชัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา หรือการท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญเพื่อความเป็นสิริมงคลสำหรับชีวิต กำลังเป็นกระแสดความนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม “สายมู” ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น หลายจังหวัดได้พัฒนาการท่องเที่ยวสายมูในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อำนาจเจริญก็มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

โดยสรุป ชุมชนบ้านปลาข้าวสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ นำเสนอการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวได้อีกหลายประเภท คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะชุมชนบ้านปลาข้าวมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรมผสมไทย-ลาว-เวียดนามที่มีความเป็นเอกลักษณ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มีทั้งการเรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของชาวบ้าน และการร่วมงานเทศกาลต่าง ๆ 2) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพราะมีของโบราณอีกหลายชิ้น อย่าง “ตู้พระไตรปิฎกโฮงฮดแบบไม้โบราณ” ซึ่งในโบราณสถานภาษาขอมโบราณ และห่อด้วยผ้าไหม

โบราณอยู่ เรียกได้ว่าเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ของประเทศไทยอีกที่หนึ่งเลยทีเดียว เป็นเมืองที่มีพัฒนาได้ทั้งร่องรอยทางประวัติศาสตร์

นอกจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงประวัติศาสตร์ที่แสดงความเป็นมาของชุมชนบ้านปลาข้าวตั้งแต่อดีตแล้ว บ้านปลาข้าวยังสามารถนำเสนอการท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องปัจจุบันได้อีกด้วย นั่นคือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้เพราะคนในชุมชนมีอาชีพทำการเกษตร และนักท่องเที่ยวปัจจุบันก็สนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พวกเขาสนใจที่จะไปชมพื้นที่เพาะปลูกไปหัดปลูก หัดจัดเก็บผลผลิต และหัดทำอาหารที่ใช้ผลผลิตที่มาจากสถานที่เพาะปลูกเหล่านั้น

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปหัตถกรรมอำเภอบ้านปลาข้าว

นอกเหนือจากการแสวงหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาข้าวแล้ว ผู้วิจัยยังให้ความสำคัญในการแสวงหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวด้วยยุทธศาสตร์การตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ดังนั้นจึงได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว จากการสัมภาษณ์ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภาค คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาควิชาการ ผู้วิจัยสามารถประมวลยุทธศาสตร์การตลาดว่าด้วยการใช้ส่วนประสมการตลาด และยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดว่าด้วยเนื้อหาและช่องทางในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว ดังต่อไปนี้

1. ด้าน Product (ผลิตภัณฑ์) ต้องพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจด้วยสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต้องมีคุณภาพ และมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเรียนรู้” สำหรับ “สินค้าด้านการสร้างสรรค์” นั้น ผู้ให้ข้อมูลแนะนำให้ “สร้างแบรนด์ชุมชนสร้างสรรค์ ทำเวิร์คช็อปสอนนักท่องเที่ยวทำอาหารอีสาน จักสาน ทอผ้าไหม และเรียนรู้วิถีเกษตร” หมอลำปลาข้าวอารยธรรม นำเที่ยวผ่านหมอลำและการแสดง”

2. ด้าน Price (ราคา) ต้องกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่ามีความสามารถในการจ่ายและยินดีจ่ายเท่าใด การตั้งราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ คือค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับการมองความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าของสินค้าและบริการกับราคาที่พวกเขาต้องจ่าย (Provide-Value relationship) ราคาคือปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจว่าจะไปเที่ยวที่ใด ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำว่า “กำหนดราคาแพ็คเกจท่องเที่ยวให้มี

ความหลากหลาย ตั้งแต่ระดับ Budget ถึง Luxury จัดโปรโมชั่นส่วนลดสำหรับนักท่องเที่ยวที่จองล่วงหน้า มาเป็นกลุ่มหรือเดินทางในช่วง Low Season” ดังนั้นการกำหนดราคาควรมีทั้งราคา “ปกติ” และ ราคา “ส่งเสริมการขาย” ที่ให้ส่วนลดค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าใช้บริการ ค่าเข้าชม ค่าเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ ราคาส่งเสริมการขายที่ผู้ให้ข้อมูลแนะนำคือ “ลดให้คนที่จองล่วงหน้า นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม ผู้สูงอายุ นักศึกษา และลูกค้าที่มาใช้บริการนอกฤดูการท่องเที่ยว”

3. ด้าน Place (ช่องทางจัดจำหน่าย) เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการสั่งซื้อ สั่งจอง จ่ายเงิน จะต้องได้รับความสะดวกด้วยการติดต่อกับธุรกิจต่าง ๆ แบบ Online และควรมีการสร้าง Application สำหรับให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาและติดต่อทำธุรกรรมต่างๆได้สะดวก ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ ต้องสร้างช่องทางที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงง่ายและสะดวก ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ให้บริการจองที่พัก ทัวร์ และกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว, เอเจนซีท่องเที่ยวออนไลน์ (OTA), และโรงแรมต่าง ๆ จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่เข้าถึงง่าย เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร, สถานีรถไฟ, และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ” การพัฒนาดังกล่าวนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนบ้านปลาคว่ำได้ง่ายขึ้น จอง ซื้อโปรแกรมทัวร์ และจ่ายเงินได้ง่ายขึ้น เป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลที่ต้องการความสะดวกจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดต่อสื่อสารและทำธุรกรรมกับธุรกิจต่าง ๆ

4. ด้าน Promotion (การส่งเสริมการตลาด) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว่ำจะต้องมีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย ทั้ง Offline และ Online โดยเน้นการเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนบ้านปลาคว่ำ หมอลำคืออะไรให้ถูกต้อง เกิดความสนใจ และเกิดแรงบันดาลใจที่จะมาท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านปลาคว่ำ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องสร้าง Content ที่น่าสนใจบน Social Media (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok) ทำยุทธศาสตร์ SEO (Search Engine Optimization) เพื่อให้เว็บไซต์ของชุมชนบ้านปลาคว่ำติดอันดับต้น ๆ ในผลการค้นหา และยุคนี้ต้องใช้ Influencer Marketing ให้ผู้นำทางความคิดทั้งหลาย เช่น Blogger, Net Idols, YouTubers และ TikTokers เป็นคนแนะนำการท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านปลาคว่ำ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ติดตาม Digital Influencers” นอกเหนือจากการส่งเสริมการตลาดด้วยการสื่อสาร Online แล้วก็ต้องมีการสื่อสาร Offline ด้วย ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ชุมชนบ้านปลาคว่ำต้องเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในระดับภาคและในประเทศ จัดกิจกรรม Roadshow เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ของอำเภोजेरวิญแลชุมชนบ้านปลาคว่ำ ทำป้ายโฆษณา โปสเตอร์ และแผ่นพับ แนะนำแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านปลาคว่ำ”

5. ด้าน People (บุคลากร) ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ เจ้าที่ที่มีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยว ต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและความรู้ความสามารถในการให้บริการที่ดี นอกจากนี้แล้ว ทางด้านชุมชน จะต้องปลูกฝังทัศนคติและพฤติกรรมของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นมัคคุเทศก์ ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของบ้านปลาข้าวได้อย่างถูกต้อง เป็นทูตวัฒนธรรมที่เล่าเรื่องราวชุมชนบ้านปลาข้าว และหมอลำปลาข้าว ด้วยความภาคภูมิใจ และเป็นผู้ประชาสัมพันธ์เรื่องราวของหมอลำปลาข้าวในบัญชี Social Media ของตนเอง ผู้ให้ข้อมูล ให้คำแนะนำว่า “ต้องฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของชุมชนบ้านปลาข้าว ส่งเสริมให้พนักงานมีทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และสร้าง จิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี” ความเป็นมิตรของคนในชุมชน ทั้งในองค์กรธุรกิจ และสร้างความ ประทับใจให้นักท่องเที่ยว ทำให้พวกเขาจะกลับมาเที่ยวซ้ำ และจะเล่าประสบการณ์ที่ประทับใจ เกี่ยวกับการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าวในพื้นที่ Social Media ถือได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวอีกทางหนึ่ง

6. ด้าน Process (กระบวนการ) จะต้องมีการออกแบบกระบวนการในการทำธุรกรรม กับนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ การทำธุรกรรมต่าง ๆ จะต้องง่าย สะดวก รวดเร็ว และคงเส้นคงวา ไม่ว่าจะเป็นการได้รับบริการจากใคร ณ ที่ใด เวลาใด ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ควรมีการพัฒนากระบวนการจองที่พักและทัวร์ออนไลน์ที่ใช้งานง่าย จัดเตรียม ข้อมูลและเอกสารที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว สร้างระบบการจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ แก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวด้วยความรวดเร็วและเต็มใจ” การที่จะทำให้กระบวนการในการทำ ธุรกรรมเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับบรรยากาศ ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคลากร รวมทั้งการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวในการทำธุรกรรม Online

7. ด้าน Physical Evidence (บรรยากาศและสิ่งจับต้องได้) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำ การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวสร้างบรรยากาศให้เป็นชุมชนที่สวยงาม และสะอาดตาในขณะเดียวกันต้องพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบครัน เพื่อสร้างประสบการณ์ น่าประทับใจให้นักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้ สวยงาม สร้างจุดถ่ายภาพที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยม Selfie” อันที่จริงแล้วบรรยากาศ ความสวยงามของภูมิทัศน์ และความสะอาดของชุมชนเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส (The First Sight) ดังนั้นส่วนประสมดังกล่าวนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง นอกจากความสวยงามและความสะอาดแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวคือสิ่งอำนวยความสะดวกผู้ให้ข้อมูล แนะนำว่า “ต้องจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ห้องน้ำสะอาด ที่จอดรถ, และ Wi-Fi ฟรี ในสถานประกอบการต่าง ๆ”

ในการดำเนินยุทธศาสตร์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว่ำ องค์ประกอบที่สำคัญของยุทธศาสตร์การตลาด คือ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่จะเป็นการประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชนบ้านปลาคว่ำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและต้องการที่จะมาสัมผัสด้วยตนเอง ยุทธศาสตร์ของการสื่อสารจะต้องประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ด้านเนื้อหา (Message Strategy) และยุทธศาสตร์ทางการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่เนื้อหา (Media Strategy)

สำหรับเนื้อหา (Content) ที่ต้องสื่อสารนั้น ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องมียุทธศาสตร์ในการเล่าเรื่อง (Story Telling) โดยให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับความเป็นมาของหมอลำและการตั้งต้นของชุมชน และวิถีชีวิตชาวบ้านที่เป็นพื้นฐานสำหรับการจัดเส้นทาง การท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และหัดทำ” นอกจากนี้ ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวที่ได้มาชุมชนบ้านปลาคว่ำแล้ว นำเอาไปเล่าในพื้นที่ Social Media ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ต้องสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยวให้พวกเขา นำเสนอประสบการณ์ที่เขาได้รับจากการมาเยือนชุมชนบ้านปลาคว่ำ เรื่องราวที่นักท่องเที่ยวเล่าจะมีความน่าเชื่อถือ และสร้างแรงบันดาลใจให้คนที่ได้อ่านอยากมาเที่ยวชุมชนบ้านปลาคว่ำ” เอกลักษณะที่แตกต่างสร้างภาพจำได้ดี ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “จุดเด่นของชุมชนบ้านปลาคว่ำที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น สื่อสารให้นักท่องเที่ยวมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชนบ้านปลาคว่ำ เช่น การเรียนรู้ การพัฒนาตนเอง และการมีส่วนร่วมกับชุมชน” การเล่าเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาคว่ำ เนื้อหาจะต้องสอดคล้องไปในทางเดียวกัน ให้นักท่องเที่ยวมองว่าชุมชนบ้านปลาคว่ำเป็นชุมชนที่มีศิลปะวัฒนธรรมที่น่าสนใจ และมีกิจกรรมการสร้างสรรค์ที่ทำหายศักยภาพในการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่ทำให้พวกเขาอยากมีเรียนรู้มาลองทำ

สำหรับยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการสื่อสาร (Media Strategy) จะต้องยึดหลักการใช้ช่องทางหลากหลาย (Omni channel) ทั้ง Offline และ Online โดยให้ความสำคัญกับการช่องทาง 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 สร้างโอกาสในการได้เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนบ้านปลาคว่ำผ่านช่องทางของ Digital Influencer ที่มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก มีคนแบ่งปัน (Share) เป็นจำนวนมาก ทำให้การเข้าถึงของการสื่อสารมีคนได้พบเห็นเป็นจำนวนมาก และยังเป็นเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ เพราะเป็นเนื้อหาจาก Digital Influencers

การสื่อสาร Online เป็นการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่มอย่างกว้างขวางและกระจายอย่างรวดเร็วตามแนวทางของ Viral Marketing ที่ข้อความใดที่มีลักษณะเป็น Buzz คือเป็นสิ่งที่ผู้คนที่ได้พบเห็นจะไม่ยอมเห็นคนเดียว แต่จะแบ่งปัน (Share) ให้เพื่อน ๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้นการสร้างข้อความในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว้านั้น ผู้ผลิตเนื้อหาจะต้องใช้ความสามารถในการสร้างสรรค์ทำการผลิตเนื้อหาให้มีลักษณะเป็น Buzz คือเป็นเนื้อหาที่กระตุ้นให้คนที่ได้พบเห็นอดไม่ได้ที่จะต้องแบ่งปันให้คนอื่น ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว้าว ต้องทำให้น่าสนใจ ให้คนที่ได้เจอเกิดความต้องการที่จะ Share ต่อจนกลายเป็น Viral ให้คนได้เห็นเป็นแสนเป็นล้าน แบบนี้เป็นการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจำนวนมากแบบไม่ต้องเสียเงินมากมายเลยนะ”

การสื่อสารในช่องทาง Online ข้างต้น เป็นเรื่องที่ต้องมีอยู่ในแผนการประชาสัมพันธ์ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การใช้ช่องทาง Online ในการสื่อสารการตลาด นอกจากจะมีประสิทธิภาพสูงแล้ว ยังเป็นการสื่อสารการตลาดที่ใช้งบประมาณน้อยมาก ไม่ว่าจะเริ่มต้นทุนในการผลิต และการใช้ช่องทางที่เผยแพร่ เป็นการสื่อสารการตลาดที่สร้างโอกาสให้แก่ชุมชนและจังหวัดต่าง ๆ ที่มีงบประมาณประชาสัมพันธ์ที่จำกัด” ดังนั้น ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาคว้าวต้องพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ Online

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารการตลาดในยุคนี้จะต้องเป็นการตลาดแบบบูรณาการที่จะต้องใช่วิธีการสื่อสาร (Contact point) ที่หลากหลาย จะต้องมีการสื่อสารในรูปแบบอื่นด้วย เช่น การโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการสื่อสารโดยคนที่เคยเป็นลูกค้า ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว้าว ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “ถ้าพอมึงงบประมาณบ้าง ก็ควรมี Online Advertising โดยใช้ Google Ads และ Social Media Ads เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลากหลายกลุ่ม การโฆษณาแบบ Online ใช้งบประมาณไม่มากเท่าการโฆษณาทางสื่อสารมวลชน อย่างเช่นทางโทรทัศน์ ทางหนังสือพิมพ์ ทางวิทยุที่ต้องใช้งบประมาณสูงมาก”

นอกจากการสื่อสารแบบ Online แล้ว การสื่อสารแบบ Offline ก็ยังคงมีความจำเป็นอยู่ ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า “การสื่อสาร Offline ก็ยังเป็นเรื่องที่สำคัญ อย่างเช่นการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างเช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ และโปสเตอร์ ก็ยังใช้ได้อยู่ และใช้งบประมาณไม่มากเท่าการโฆษณาทางสื่อสารมวลชน อย่างไรก็ตาม หากต้องการที่จะให้เกิดการสื่อสารในสื่อสารมวลชน โดยไม่ต้องใช้เงินซื้อเวลาและพื้นที่ ทางจังหวัดอำนาจเจริญต้องเข้ามาช่วยในส่วนของการจัดกิจกรรมพิเศษให้ประชาชนได้” ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว้าว ก็อาจจะใช้การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น งานแสดงสินค้า การเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดขึ้น การจัดแข่งขันกีฬา การจัดประกวด การจัดคอนเสิร์ต มีการแถลงข่าว

ก็จะมีข่าวปรากฏในสื่อมวลชนต่าง ๆ และถ้าหากการจัดกิจกรรมมีความโดดเด่น แปลกใหม่ มีดาราดัง ๆ หรือนักการเมืองมาร่วมด้วย ก็จะได้ข่าวเป็นการประชาสัมพันธ์ฟรี ๆ ได้อีกทางหนึ่ง”

การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ การสื่อสารบนพื้นที่ Social Media ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว ถ้าหากพวกเขามีความพึงพอใจกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว นักท่องเที่ยวจะไปเขียนชมที่เรียกว่าเป็นการ Review ให้เพื่อน ๆ ในเพจของเขาได้รับรู้ ดังนั้นประชาชนทั้งผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่รัฐ และคนในชุมชน จะต้องร่วมมือกันสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพื่อให้ได้ Review ที่ดีบนพื้นที่ Online ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวที่ดีที่สุด คือการสื่อสารโดยนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวแล้วได้รับความพอใจ พวกเขาจะไปช่วยรีวิวให้ เชิญชวนให้คนอื่นมาเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวตามคำแนะนำของเขา แบบนี้เป็นการประชาสัมพันธ์ฟรี ๆ ไม่มีค่าใช้จ่ายเลยนะ แค่ช่วยกันทำให้เขาพอใจ ประทับใจก็พอ” การสื่อสารของนักท่องเที่ยวนั้น นอกจากจะปรากฏในเพจของเจ้าตัวแล้ว ยังจะมีการแบ่งปัน (Share) อีกจำนวนมาก ทำให้ข่าวสารเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้จำนวนมากขึ้น มีความถี่สูงขึ้น

โดยสรุป ชุมชนบ้านปลาข้าวจะต้องมีแผนการตลาดออนไลน์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมชุมชน นำเสนอกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้และหัดทำ เพื่อให้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น ราคาสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับคุณค่าของสินค้าและบริการ ราคาที่พักและราคาอาหารควรมีหลายระดับและหลากหลายตัวเลือก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีหลากหลายด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนา Application ต่างๆให้นักท่องเที่ยวสามารถสั่งจอง สั่งซื้อ และจ่ายเงินได้แบบ Online ที่สะดวกและรวดเร็ว ด้านการส่งเสริมการตลาด จะต้องมีการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ ใช้การสื่อสารหลากหลายรูปแบบ หลากหลายช่องทาง และควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายสำหรับคนที่จองล่วงหน้า คนที่มาเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุ นักศึกษา และผู้ที่มาใช้บริการในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย (Low Season)

กระบวนการในการทำธุรกรรมจะต้องง่าย สะดวก รวดเร็ว ต้องมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถทำธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็วแบบ Anytime, anywhere และจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านบรรยากาศ ด้านเครื่องมือในการให้บริการ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่จะต้องมีความรู้และทักษะในการให้บริการได้ดีระดับสากล (World Class Service) ทางด้านบุคลากรจะต้องมีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถ ทักษะในการบริการ ทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ

นอกเหนือจากบุคลากรในธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ประชาชนในชุมชนเองก็ต้องได้รับการปลูกฝังให้เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตและเป็นมัคคุเทศก์ที่มีประสิทธิภาพ และเป็นผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนด้วยความภาคภูมิใจ

สำหรับการสื่อสารการตลาดจะต้องเป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ใช้วิธีการหลายอย่างและเผยแพร่หลากหลายช่องทาง วิธีการจะต้องมีทั้งการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการสื่อสารโดยนักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจกับการมาเยือนบ้านปลา ค้าว ช่องทางในการเผยแพร่จะต้องเป็นแบบ Omni channel คือหลากหลายช่องทาง ทั้ง Online และ Offline โดยการใช้การสื่อสาร Online เป็นหลัก เพราะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่า ใช้งบประมาณน้อยกว่า

ในการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาค้าวนั้น ควรจะใช้ยุทธศาสตร์ของ Content Marketing คือ การตลาดที่เน้นการเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนบ้านปลาค้าว เกิดแรงบันดาลใจอยากมาเยือน นอกจากนั้นแล้ว ยังต้องใช้หลักการของ Viral Marketing คือ การโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เป็น Buzz (สิ่งที่คนเห็นแล้วอดที่จะแบ่งปันต่อไม่ได้) เพื่อให้สิ่งที่โพสต์ กระจายอย่างรวดเร็วเป็น Viral เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ด้วยความถี่ที่สูงนั้น นอกจากนั้นแล้ว ยังต้องใช้ยุทธศาสตร์ของ Influencer Marketing คือ การใช้ประโยชน์จากผู้มีอิทธิพลทางความคิดบนพื้นที่ดิจิทัลได้แก่ Net Idols, YouTubers, TikTokers, KOLs ในการเป็นผู้สื่อสารเรื่องราวของการท่องเที่ยวและนำเชื่อถือและมีพลังในการสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากมาเยือน เพื่อความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาค้าว ต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดผ่าน Social Media มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางออนไลน์ มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางทั้ง Online และ Offline

โครงการสำหรับการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำของชุมชนบ้านปลาค้าว

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถประมวลโครงการเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการฝึกหมอลำ ดังต่อไปนี้

1. โครงการฝึกหัดหมอลำ สำหรับโครงการนี้ ผู้วิจัยประมวลมาจากการคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลว่า “จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และฝึกหมอลำกับศิลปินท้องถิ่น เช่น การลำกลอน ฟ้อนรำ และการเล่นดนตรีพื้นบ้านในหมู่บ้านหมอลำหนองปลาค้าว ซึ่งเป็นแหล่งอนุรักษ์และถ่ายทอดศิลปะหมอลำที่สำคัญ”

2. **โครงการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจโฮมสเตย์** โครงการนี้ ผู้วิจัยประมวลมาจากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลว่า “ส่งเสริมให้คนในชุมชนทำธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านหอมล้าหนองปลาข้าวให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตชุมชนภูไท เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม และอาหารพื้นบ้าน”

3. **โครงการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และธรรมชาติ** สำหรับโครงการนี้ประมวลมาจากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลว่า “จัดโปรแกรมนำชมวัดสำคัญ เช่น วัดโพธิ์ศิลา วัดถ้ำแสงเพชร พระมิ่งเมือง และแหล่งโบราณคดี รวมถึงกิจกรรมเดินป่าและศึกษาธรรมชาติที่วนอุทยานภูสิงห์-ภูผาผึ้ง และเขาศรีรังเกตฤมะโรง”

4. **โครงการฝึกงานหัตถกรรมและศิลปาชีพ** โครงการนี้ ผู้วิจัยประมวลมาจากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลว่า “เปิดเวิร์กช็อปให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ทอผ้า ทำเครื่องจักสาน หรือฝึกฝีมือที่ศูนย์ศิลปาชีพบ้านสร้างถ่อ”

5. **โครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** โครงการนี้ผู้วิจัยประมวลมาจากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลว่า “พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น การล่องเรือหรือพักผ่อนที่อ่างเก็บน้ำห้วยปลาแดก เกาะจิตรภูมิ และกิจกรรมริมแม่น้ำโขงที่อำเภอขามแก่น”

6. **โครงการเทศกาลและหมอลำ** โครงการนี้ผู้วิจัยประมวลมาจากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลว่า “จัดงานเทศกาลหมอลำประจำปี การแสดงหมอลำหมู่ หมอลำชิง และกิจกรรมไหว้ครูหมอลำเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้ชุมชน”

โดยสรุป ผู้ให้ข้อมูลและนำมาให้มีโครงการต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าวดังนี้ **โครงการฝึกหัดหมอลำ** ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และฝึกหมอลำกับศิลปินท้องถิ่น **โครงการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจโฮมสเตย์** ส่งเสริมให้คนในชุมชนทำธุรกิจโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตชุมชนภูไท เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม และอาหารพื้นบ้าน **โครงการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และธรรมชาติ** จัดโปรแกรมนำชมวัดสำคัญ และแหล่งโบราณคดี รวมถึงกิจกรรมเดินป่าและศึกษาธรรมชาติที่วนอุทยาน **โครงการฝึกงานหัตถกรรมและศิลปาชีพ** เปิดเวิร์กช็อปให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำงานหัตถกรรมพื้นบ้าน **โครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติและกิจกรรมริมแม่น้ำโขง **โครงการเทศกาลและหมอลำ** จัดงานเทศกาลหมอลำประจำปี การแสดงหมอลำหมู่ หมอลำชิง และกิจกรรมไหว้ครูหมอลำ

ข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามทั้งหมดที่ถามมา

ผู้ให้ข้อมูลได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติม นอกเหนือการตอบคำถาม 9 ข้อข้างต้น ผู้ให้ข้อมูลยังให้คำแนะนำเพิ่มเติมว่าแนวทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การฝึกหัดหมอลำและการสร้างประสบการณ์อื่นๆเพิ่มเติมให้นักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. สร้างกิจกรรมเชิงปฏิบัติ

- 1.1 “จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ “หัดหมอลำ” หรือร่วมเวิร์กช็อปเรียนรู้ศิลปะหมอลำ เช่น ฝึกขับร้อง ท่ารำ หรือเล่นดนตรีพื้นบ้าน”
- 1.2 “เปิดโอกาสให้ทดลองทำกิจกรรมวัฒนธรรมอื่น เช่น การทำอาหารพื้นถิ่น งานหัตถกรรม หรือร่วมประเพณีท้องถิ่น”

2. เชื่อมโยงกับวิถีชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น

- 2.1 “นำเสนอสินค้าชุมชน OTOP พร้อมสาธิตวิธีทำให้นักท่องเที่ยวได้ลองลงมือเอง”
- 2.2 “ส่งเสริมการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้า การจักสาน หรือการทำผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรในพื้นที่”

3. การรณรงค์ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

- 3.1 “ต้องมีการสื่อสารเพื่อรณรงค์ให้คนในชุมชนเป็นเจ้าของที่ดี ถ่ายทอดความรู้และดูแลนักท่องเที่ยว”
- 3.2 “สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อบริหารจัดการและกระจายรายได้สู่ชุมชน”

4. พัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวหลากหลาย

- 4.1 “ออกแบบโปรแกรมที่ผสมผสานกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น “หัดหมอลำ” + เวิร์กช็อปอาหาร + เที่ยวชมธรรมชาติ”
- 4.2 “สร้างทางเลือกกิจกรรมให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มเยาวชน หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ”

5. ประชาสัมพันธ์และสร้างเอกลักษณ์อย่างเข้มข้น

- 5.1 “จัดนิทรรศการ/เทศกาล “หัดหมอลำ” และวัฒนธรรมอีสานให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง”
- 5.2 “ใช้สื่อออนไลน์และออฟไลน์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเรื่องราวของชุมชน”

6. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

- 6.1 “ดูแลความสะอาด ปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว”
- 6.2 “พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงจุดเด่นแต่ละชุมชน”

7. สร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและยั่งยืน

- 7.1 “เน้นการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริงและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในพื้นที่”
- 7.2 “รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นและสร้างที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม”

8. จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการพัฒนา TOWS Matrix

8.1 “จัดทำยุทธศาสตร์เชิงรุก เชิงแก้ไข เชิงป้องกัน และเชิงรับให้เหมาะสมกับบริบทจริง

8.2 ใช้ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ”

โดยสรุป ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หมอลำที่บ้านปลาคว้าว อำนาจเจริญ ผู้ให้ข้อมูลมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการตอบคำถามทั้ง 9 ข้อในการสัมภาษณ์ ดังนี้ ควรเน้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมจริงกับวัฒนธรรมและชุมชน จัดให้มี เวิร์กช็อป ทัศนศึกษา และการใช้ชีวิตแบบพื้นถิ่น พร้อมพัฒนาโปรแกรมหลากหลายและประชาสัมพันธ์อย่าง **สร้างกิจกรรมเชิงปฏิบัติ** เช่น ทัศนศึกษา เรียนรู้ศิลปะหมอลำ การทำอาหารพื้นถิ่น งานทัศนศึกษา ร่วมประเพณีท้องถิ่น **เชื่อมโยงกับวิถีชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น** นำเสนอสินค้าชุมชน OTOP พร้อมสาธิตวิธีทำให้นักท่องเที่ยวได้ลองลงมือเอง ส่งเสริมการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น **รณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน** ให้คนในชุมชนเป็นเจ้าบ้านที่ดี ถ่ายทอดความรู้และดูแลนักท่องเที่ยว **ต้องพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวหลากหลาย** ออกแบบโปรแกรมที่ผสมผสานกิจกรรมสร้างสรรค์ การเที่ยวชมธรรมชาติ

ต้องประชาสัมพันธ์และสร้างเอกลักษณ์อย่างเข้มข้น จัดนิทรรศการ/เทศกาล “หมอลำ” ใช้สื่อออนไลน์และออฟไลน์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเรื่องราวของชุมชน **พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก** ดูแลความสะอาด ความปลอดภัย พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงจุดเด่นแต่ละชุมชน **สร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและยั่งยืน** เน้นการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริงและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในพื้นที่ รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น และสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนา TOWS Matrix เป็นเครื่องมือวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

บทที่ 5

บทสรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะชุมชนบ้านปลาข้าว” เกิดขึ้นจากแนวคิดว่าการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงคนในสังคมเดียวกันและต่างสังคมยังเป็นการรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นและยังเป็นกลไกนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับคนในชุมชนในการสร้างสรรค์กิจกรรมของคนในชุมชนและส่งเสริมการผลิตสินค้าที่กระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ทางออกของจังหวัดที่ขาดทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่เป็นสิ่งปลูกสร้างและความงามธรรมชาติ ยังเป็นโอกาสของการสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้า OTOP (One- Tumbol - One- Product) ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ตลอดจนสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนวิถีและสินค้า CPOT (Cultural Product of Thailand) และเป็นกลไกสำคัญที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์แห่งรอยยิ้ม SMILES ของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

ผู้วิจัยเลือกพัฒนาและส่งเสริมให้บ้านปลาข้าวเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านหมอลำ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่แสวงหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้บ้านปลาข้าวเป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการหมอลำ

คำถามสำหรับการทำวิจัย

1. การพัฒนาบ้านปลาข้าวให้เป็นหมู่บ้านเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องทำอย่างไร
2. บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบ้านปลาข้าวให้เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเป็นอย่างไร
3. การส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่บ้านปลาข้าวดำเนินการอย่างไร
4. นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะบ้านปลาข้าวจะบริหารจัดการการท่องเที่ยวประเภทอื่นอย่างไร เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนบ้านปลาข้าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนบ้านปลาคว่ำให้เป็นหมู่บ้านเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. เพื่อกำหนดบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบ้านปลาคว่ำให้เป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่บ้านปลาคว่ำ
4. เพื่อหาแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ในการเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนบ้านปลาคว่ำ

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ได้แนวทางในการพัฒนาบ้านปลาคว่ำให้เป็นหมู่บ้านเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. ได้แนวทางในการกำหนดบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบ้านปลาคว่ำให้เป็นหมู่บ้านเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. ได้แนวทางการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่บ้านปลาคว่ำ
4. ได้แนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวประเภทอื่นในการเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของการมาเยือนบ้านปลาคว่ำ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และหลักการในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
2. การพัฒนาท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
3. การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน
4. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
6. ชุมชนศึกษาบ้านปลาคว่ำ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักในภาครัฐ ภาคเอกชนผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนและปราชญ์ชุมชน และนักวิชาการด้านวัฒนธรรม ด้านการตลาด ด้านการสื่อสารการตลาด และด้านการท่องเที่ยว โดยมีคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ชุมชนบ้านปลาค้าวมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะได้หรือไม่
2. ในการพัฒนาและส่งเสริมบ้านปลาค้าวเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำ ภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาควิชาการ ควรมีการบูรณาการบทบาทของทุกภาคส่วนในการดำเนินการอย่างไร
3. จุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชนบ้านปลาค้าวในการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นเช่นไร
4. โอกาสและอุปสรรคของชุมชนบ้านปลาค้าวในการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นเช่นไร
5. แนวทางในการ “พัฒนา” ชุมชนบ้านปลาค้าวให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายควรเป็นเช่นไร
6. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะของชุมชนบ้านปลาค้าว ที่จะนำเสนอเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง
7. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านปลาค้าว ที่จะเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง
8. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะชุมชนบ้านปลาค้าว ควรเป็นเช่นไร
9. ควรมีโครงการอะไรบ้างสำหรับการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะของชุมชนบ้านปลาค้าว
10. มีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามทั้งหมดที่ถามมาบ้าง

สรุปผลการวิจัย

ศักยภาพของบ้านปลาค้าวในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมอลำ

ชุมชนบ้านปลาค้าวมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ศิลปะหมอลำ เพราะการขับร้องหมอลำเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีคณะหมอลำที่มากที่สุดในประเทศไทย และเสริมคุณค่าของประสบการณ์ในการมาเยือนบ้านปลาค้าว ด้วยกิจกรรมการสร้างสรรคและการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพราะบ้านปลาค้าวมีแหล่งโบราณสถาน มีอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างทั้งรสชาติ วัตถุดิบและวิธีการปรุง วิธีของชุมชนบ้านปลาค้าวสามารถสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ได้เพิ่มรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนและจังหวัดอำนาจเจริญ อย่างไรก็ตามส่วนจังหวัดจะต้องเข้ามาพัฒนาในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงชุมชน นอกจากภาครัฐที่ต้องเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ส่วนของภาคเอกชน ต้องเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาค้าวต้องได้รับความร่วมมือ

จากภาครัฐ เอกชน ภาคชุมชนและภาควิชาการเพื่อช่วยให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกิดผลอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านปลาคว่ำที่มีเป้าหมายสู่ความยั่งยืนตามหลัก SDG (Sustainable Development Goal)

บทบาทของภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนบ้านปลาคว่ำเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านหัตถมอลำ

โดยสรุป แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนบ้านปลาคว่ำเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องเป็นการพัฒนาและส่งเสริมแบบบูรณาการที่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการจะต้องรวมพลังในการทำงานร่วมกันอย่างมีเอกภาพ โดยที่ภาครัฐมีหน้าที่ด้านนโยบาย งบประมาณ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการตลาดเพื่อการส่งเสริม ภาคเอกชนมีหน้าที่ในการลงทุน พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาคว่ำ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในการบริการที่ได้มาตรฐานสากล ทำการตลาดเพื่อการสร้างตราสินค้าและบริการในชุมชนบ้านปลาคว่ำเป็นชุมชนที่มีการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ ภาคชุมชนต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การร่วมตัดสินใจ การดำเนินการไปจนถึงการตรวจสอบและประเมินผล มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทูตวัฒนธรรม ภาควิชาการจะต้องมีส่วนร่วมในการทำวิจัย และให้คำแนะนำในการใช้เทคโนโลยีพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนบ้านปลาคว่ำ จัดการฝึกอบรมคนในพื้นที่ให้เป็นบุคลากรที่ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล เสนอแนะการสร้างเครือข่ายกับพันธมิตรยุทธศาสตร์เพื่อความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาคว่ำ

การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาคว่ำจะประสบความสำเร็จได้จะต้องเป็นการพัฒนาบนฐานปรัชญาความยั่งยืนที่สหประชาชาติกำหนดไว้เป็นวาระแห่งโลก ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นธรรม ด้านสังคมและวัฒนธรรม ที่จะต้องเน้นความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมให้ปราศจากอาชญากรรมและโรคระบาด มีการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่างๆที่มีอยู่ในอำนาจอเจริญ และด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยการท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายคุณภาพสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ โดยที่ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ต้องเป็นความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นแล้ว การพัฒนาการท่องเที่ยวจะสำเร็จได้ จะต้องเป็นการพัฒนาด้วยหลักการของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน โดยให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่น การเป็นผู้ประกอบการ การเป็นผู้ให้บริการที่ได้มาตรฐานสากล การเป็นเจ้าของที่ดี การเป็นทูตวัฒนธรรม การร่วมมืออนุรักษ์วัฒนธรรม การเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของบ้านปลาคว่ำ และการเป็น

ผู้ฝึกสอนนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ในฐานะปราชญ์ชุมชนที่จะปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และเป็นผู้นำในการอนุรักษ์และสืบสานกิจกรรมด้านการสร้างสรรค์ของชุมชนและท้ายที่สุดจะต้องเป็นผู้เฝ้าระวัง ตรวจสอบและวัดผลการดำเนินการท่องเที่ยวว่ามีผลกระทบกับพื้นที่อย่างไร ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม คุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

จุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชนบ้านปลาข้าว ในการเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ชุมชนบ้านปลาข้าวมีจุดแข็งทางด้านวัฒนธรรม และธรรมชาติที่สามารถใช้เป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีงานเทศกาล ของชนเผ่าภูไท ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของบ้านปลาข้าวได้เป็นอย่างดี ถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนบ้านปลาข้าวอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก็จะสามารถทำให้ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตาม ชุมชนบ้านปลาข้าวยังมีจุดอ่อนที่จะต้องแก้ไข นั่นคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่จะสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการแก้ไข และจุดอ่อนที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือคนในพื้นที่ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ทำให้พวกเขาไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว

โอกาสและอุปสรรคของชุมชนบ้านปลาข้าวในการเป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โอกาส (Opportunities) ของบ้านปลาข้าวในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวที่คัดค้านมีดังนี้ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวชุมชนยลวิถี มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญและจังหวัดอุบลราชธานี คนในชุมชนมีการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

อุปสรรค/ภัยคุกคาม (Threats) คือเส้นทางถนนหลักที่ตัดผ่านบ้านปลาข้าวเป็นถนนเส้นหลัก ที่ตัดผ่านไปยังอำเภอโขงเจียมและอำเภอพนาของจังหวัดอุบลราชธานี ทำให้นักท่องเที่ยวจะใช้เส้นทางนี้ขับผ่านชุมชนไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ใกล้เคียง ที่มีการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงสมุนไพร ถนนคนเดิน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียงมีทรัพยากรทางท่องเที่ยวที่มากกว่า มีกิจกรรมที่มากกว่า และการตลาดที่ดีกว่า กระแสโลกาภิวัตน์เกิดการลอกเลียนแบบทำให้ชุมชนบ้านปลาข้าวขาดความเป็นเอกลักษณ์งบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนไม่เพียงพอ และมีปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องเร่งแก้ไข การเข้าถึงชุมชนที่ต้องพัฒนาให้ได้ตามมาตรฐานระดับสากล

แนวทางในการพัฒนาเพื่อให้ชุมชนบ้านปลาข้าวเป็นชุมชนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวยังต้องมีการพัฒนาอีกมาก **ด้านAccessibility (การเข้าถึง)** ยังต้องอาศัยรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทางและเมื่อท่องเที่ยวอยู่ในชุมชนบ้านปลาข้าว นักท่องเที่ยวยังไม่ได้ความสะดวกสบายเท่าที่ควร ควรมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ในระยะยาวด้วยเช่นเส้นทางเชื่อมโยงที่ตีมากขึ้น ถนนลาดยางที่ได้มาตรฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ และต่างประเทศ”

ด้าน Accommodation (ที่พัก) ที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กและรีสอร์ตระดับกลาง มีจำนวนจำกัดและอาจไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล ควรสนับสนุนให้ชุมชนเปิดบ้านพักโฮมสเตย์ นำเสนอประสบการณ์วิถีชีวิตท้องถิ่น ต้องพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อให้ได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเป็นที่พักคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวในการจะเลือกเข้าพัก สร้างมาตรฐานและให้ได้รับการรับรองว่าเป็นที่พักที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ควรจะมีที่พักแบบสร้างสรรค์ ที่มีธีมพิเศษที่สะท้อนงานศิลปะ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านปลาข้าว

ด้าน Activities (กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว) กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านปลาข้าวปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าวต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมบางอย่าง เช่น หัดร้องหมอลำ หัดแต่งกลอนเข้ากับจังหวะ หัดทำอาหารพื้นเมือง การจักสาน การทำผ้ามัดย้อม การแกะสลัก และเรียนดนตรีพื้นบ้าน เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้หัดทำอะไรบางอย่าง และได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่เป็นปราชญ์ท้องถิ่น ควรจัดค่ายศิลปะ การประกวดหมอลำ การแข่งขันทำอาหาร เปิดตลาดนัด หน่ายสินค้าทำด้วยมือ ออกแบบกิจกรรม CSR ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในรูปแบบต่างๆที่มีคุณค่าทางสังคม

ด้าน Ancillaries (สิ่งอำนวยความสะดวก) ต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ต้องติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน พัฒนาห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดและเพียงพอ จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และเพื่อความทันสมัยในการดำเนินธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวจะต้องมีการใช้ประโยชน์จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล ต้องสร้างแอปพลิเคชันที่รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ ที่พัก และกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหา ติดต่อสอบถาม และทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้โดยสะดวกตามยุคดิจิทัล ต้องมีการพัฒนาจุดถ่ายรูป (Selfie) ให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพสวยๆของปลาข้าวเปล่าในพื้นที่ Social Media เพื่อให้เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวได้อีกทางหนึ่ง

ด้าน Amenities (สิ่งเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษ) สิ่งที่เสริมสร้างประสบการณ์พิเศษ ต้องเน้นด้านนันทนาการ ได้แก่ สถานบันเทิง ชีวิตยามค่ำคืน ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม แหล่ง Shopping ต้องมีโครงการส่งเสริมการลงทุนการทำธุรกิจที่จะเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษ ที่เป็นเอกลักษณ์ของการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว ร้านอาหารต้องพัฒนาเมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เป็นอาหารประกอบ การตกแต่งร้านต้องสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านปลาข้าว” เพื่อให้ชีวิตยามค่ำคืนมีสีสัน ควรจัดให้มีแสดงดนตรีหมอลำ มีตลาดกลางคืน และกิจกรรมอื่น ๆ ที่สร้างความบันเทิงและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว

นอกเหนือจากองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยว 6A ตามทฤษฎีดั้งเดิมแล้ว ต้องให้ความสำคัญกับ **Authenticity (ความเป็นของแท้)** รักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนให้คงอยู่ **Atmosphere (บรรยากาศ)** ก็ต้องได้รับการพัฒนา ด้านความสะอาด ความสวยงาม การกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพของบรรยากาศที่ปราศจากมลพิษ รวมทั้งเรื่องภาพลักษณ์ชื่อเสียงด้านความปลอดภัยของชุมชนบ้านปลาข้าว ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า ความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองที่ไม่มีปัญหาโจรผู้ร้าย การฉกชิงวิ่งราว นอกจากนั้น เพื่อเพิ่มพลังในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมีเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว ความร่วมมือเป็นพันธมิตรกับจังหวัดข้างเคียงอย่างอำเภอโขงเจียม อำเภอพนา ก็ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาที่ควรทำ ดังนั้น อีกหนึ่งองค์ประกอบที่ต้องพัฒนา คือ **Alliance (การมีพันธมิตร)** ทำแผนการตลาดส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า การมาเที่ยวชุมชนบ้านปลาข้าวจะมีโอกาสได้ไปเที่ยวอีกหลายที่ และมีกิจกรรมให้ทำอีกหลากหลาย

ทรัพยากร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านศิลปะหมอลำของชุมชนบ้านปลาข้าวที่จะนำเสนอเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ชุมชนบ้านปลาข้าวมีกิจกรรมการสร้างสรรค์ที่หลากหลายในการจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือน เพื่อทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง เป็นประสบการณ์ของการเรียนรู้ การได้ลงมือทำ และการได้ปฏิสัมพันธ์กับปราชญ์ท้องถิ่น กิจกรรมสร้างสรรค์ สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ มีทั้งการฝึกหัดทำอาหารพื้นเมืองจากวัตถุดิบในท้องถิ่น การได้จัดทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานศิลปหัตถกรรม การทำกิจกรรมทางการเกษตร การได้ทำกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตประจำวันของชาวบ้านในชุมชน และการได้ชมและร่วมกิจกรรมในงานประเพณีและงานเทศกาลต่างๆของชุมชนบ้านปลาข้าว

ในการจะทำการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่บ้านปลาข้าวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะต้องมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้ลงทุนเป็นผู้ดำเนินธุรกิจการจัดกิจกรรมการสร้างสรรค์ การทำการสื่อสารการตลาดเล่าเรื่องกิจกรรมสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าวให้น่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนที่ทดสอบศักยภาพด้านการสร้างสรรค์ของตนเอง บรรยากาศของการเรียนรู้และการฝึกฝนจะต้องสร้างแรงบันดาลใจด้านการสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว

การบริการจะต้องเป็นเลิศ ประชาชนชาวบ้านผู้ทำหน้าที่สอนจะต้องมีทักษะในการสอน และการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์

ในขณะเดียวกัน เพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว ควรมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดอำนาจเจริญพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่าที่จะเดินทางมาเรียนรู้และฝึกฝนกิจกรรมการสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ ที่นำเสนอ

ทรัพยากรท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ของชุมชนบ้านปลาข้าวที่จะเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านปลาข้าวสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่นำเสนอการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อีกหลายประเภท คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะชุมชนบ้านปลาข้าวมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรมผสมไทย-ลาว-เวียดนามที่มีความเป็นเอกลักษณ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มีทั้งการเรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของชาวบ้าน และการร่วมงานเทศกาลต่าง ๆ 2) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพราะมีของโบราณอีกหลายชิ้น อย่าง “ตู้พระไตรปิฎกโฮงฮอดแบบไม้โบราณ” ซึ่งในโบราณเทศภาษาขอมโบราณ และห่อด้วยผ้าไหมโบราณอยู่ เรียกได้ว่าเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ของประเทศไทยอีกที่หนึ่งเลยทีเดียว เป็นเมืองที่มีพัฒนาได้ทั้งร่องรอยทางประวัติศาสตร์

นอกจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงประวัติศาสตร์ที่แสดงความเป็นมาของชุมชนบ้านปลาข้าวตั้งแต่อดีตแล้ว ชุมชนบ้านปลาข้าวยังสามารถนำเสนอการท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องปัจจุบันได้อีกด้วย นั่นคือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้เพราะคนในชุมชนมีอาชีพทำการเกษตร และนักท่องเที่ยวปัจจุบันก็สนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พวกเขาสนใจที่จะไปชมพื้นที่เพาะปลูก ไปตัดปลูก หัดจัดเก็บผลผลิต และหัดทำอาหารที่ใช้ผลผลิตที่มาจากสถานที่เพาะปลูกเหล่านั้น

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะหมอลำ ชุมชนบ้านปลาข้าว

ชุมชนบ้านปลาข้าวจะต้องมีแผนการตลาดออนไลน์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพบนฐานวัฒนธรรมชุมชน นำเสนอกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้และหัดทำ เพื่อให้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น ราคาสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับคุณค่าของสินค้าและบริการ ราคาที่พักและราคาอาหารควรมีหลายระดับและหลากหลายตัวเลือก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีหลากหลายด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนา Application ต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถสั่งจอง สั่งซื้อ และจ่ายเงินได้แบบ Online ที่สะดวกและรวดเร็ว ด้านการส่งเสริมการตลาด จะต้องมีการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ ใช้การ

สื่อสารหลากหลายรูปแบบ หลากหลายช่องทาง และควรจะต้องให้มีการส่งเสริมการขายสำหรับคนที่จองล่วงหน้า คนที่มาเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุ นักศึกษา และผู้ที่มาใช้บริการในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย (Low Season)

กระบวนการในการทำธุรกรรมจะต้องง่าย สะดวก รวดเร็ว ต้องมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถทำธุรกรรมกับนักท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็วแบบ Anytime, anywhere และจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านบรรยากาศ ด้านเครื่องมือในการให้บริการ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่จะต้องมีความรู้และทักษะในการให้บริการได้ดีระดับโลก (World Class Service) ทางด้านบุคลากรจะต้องมีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะในการบริการ ทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ นอกเหนือจากบุคลากรในธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ประชาชนในชุมชนเองก็ต้องได้รับการปลูกฝังให้เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นทูตและเป็นมัคคุเทศก์ที่มีประสิทธิภาพ และเป็นผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนด้วยความภาคภูมิใจ

สำหรับการสื่อสารการตลาดจะต้องเป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ใช้วิธีการหลายอย่างและเผยแพร่หลากหลายช่องทาง วิธีการจะต้องมีทั้งการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการสื่อสารโดยนักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจกับการมาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว ช่องทางในการเผยแพร่จะต้องเป็นแบบ Omni channel คือหลากหลายช่องทางทั้ง Online และ Offline โดยใช้การสื่อสาร Online เป็นหลัก เพราะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่า ใช้งบประมาณน้อยกว่า

ในการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปลาข้าว นั้น ควรจะใช้ยุทธศาสตร์ของ Content Marketing คือการตลาดที่เน้นการเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนบ้านปลาข้าว ชื่นชม เกิดแรงบันดาลใจอยากมาเยือน นอกจากนั้นแล้ว ยังต้องใช้หลักการของ Viral Marketing คือการโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เป็น Buzz (สิ่งที่คนเห็นแล้วอดที่จะแบ่งปันต่อไม่ได้) เพื่อให้สิ่งที่โพสต์นั้นกระจายอย่างรวดเร็วเป็น Viral เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ด้วยความถี่ที่สูงนั้น นอกจากนั้นแล้ว ยังต้องใช้ยุทธศาสตร์ของ Influencer Marketing คือการใช้ประโยชน์จากผู้มีอิทธิพลทางความคิดบนพื้นที่ดิจิทัลได้แก่ Net Idols, YouTubers, TikTokers, Kols ในการเป็นผู้สื่อสารเรื่องราวของการท่องเที่ยวและนำเสนอเชื่อถือและมีพลังในการสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวอยากมาเยือน เพื่อความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปลาข้าว ต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดผ่าน Social Media มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางออนไลน์ มีแผนการตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านช่องทางทั้ง Online และ Offline

โครงการสำหรับการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้าน ศิลปะหมอลำของชุมชนบ้านปลาข้าว

ผู้ให้ข้อมูลและนำให้มีโครงการต่างๆเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านปลาข้าวดังนี้ โครงการฝึกหัดหมอลำ ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และฝึกหมอลำกับศิลปินท้องถิ่น โครงการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจโฮมสเตย์ ส่งเสริมให้คนในชุมชนทำธุรกิจโฮมสเตย์ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตชุมชนภูไท เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม และอาหารพื้นบ้านโครงการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และธรรมชาติ จัดโปรแกรมนำชมวัดสำคัญ และแหล่งโบราณคดี รวมถึงกิจกรรมเดินป่าและศึกษาธรรมชาติที่วนอุทยาน โครงการฝึกงานหัตถกรรมและศิลปาชีพ เปิดเวิร์กช็อปให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำงานหัตถกรรมพื้นบ้าน โครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติและกิจกรรมริมแม่น้ำโขง โครงการเทศกาลและหมอลำ จัดงานเทศกาลหมอลำประจำปี การแสดงหมอลำหมู่ หมอลำชิง และกิจกรรมไหว้ครูหมอลำ

ข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามทั้งหมดที่ถามมา

ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะที่บ้านปลาข้าว อำนาจเจริญ ผู้ให้ข้อมูลมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการตอบคำถามทั้ง 9 ข้อในการสัมภาษณ์ ดังนี้ ควรเน้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมจริงกับวัฒนธรรมและชุมชน จัดให้มี เวิร์กช็อปหัตถกรรมและการใช้ชีวิตแบบพื้นถิ่น พร้อมพัฒนาโปรแกรมหลากหลายและประชาสัมพันธ์อย่าง สร้างกิจกรรมเชิงปฏิบัติ เช่น ฝึกหมอลำ เรียนรู้ศิลปะหมอลำ การทำอาหารพื้นถิ่น งานหัตถกรรม ร่วมประเพณีท้องถิ่น เชื่อมโยงกับวิถีชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น นำเสนอสินค้าชุมชน OTOP พร้อมสาธิตวิธีทำให้นักท่องเที่ยวได้ลองลงมือเอง ส่งเสริมการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรนรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้คนในชุมชนเป็นเจ้าของที่ดี ถ่ายทอดความรู้และดูแลนักท่องเที่ยว ต้อง พัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวหลากหลาย ออกแบบโปรแกรมที่ผสมผสานกิจกรรมสร้างสรรค์ การเที่ยวชมธรรมชาติ

ต้องประชาสัมพันธ์และสร้างเอกลักษณ์อย่างเข้มข้น จัดนิทรรศการ/เทศกาล “หมอลำ” ใช้สื่อออนไลน์และออฟไลน์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเรื่องราวของชุมชน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ดูแลความสะอาด ความปลอดภัย พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงจุดเด่นแต่ละชุมชน สร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและยั่งยืน เน้นการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริงและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในพื้นที่ รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นและสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการพัฒนา TOWS Matrix เป็นเครื่องมือวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

อภิปรายผลการวิจัย

ความโดดเด่นของชุมชนและศิลปะหมอลำ บ้านปลาข้าวถือเป็นชุมชนที่มีเอกลักษณ์ ด้านศิลปะหมอลำอย่างชัดเจน มีคณะหมอลำจำนวนมากและได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งอนุรักษ์ และถ่ายทอดศิลปะพื้นบ้านที่สำคัญของภาคอีสาน กิจกรรมหมอลำไม่เพียงแต่เป็นการแสดง แต่ยังสะท้อนวิถีชีวิต ความสุข และความภาคภูมิใจของคนในชุมชน

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบ้านปลาข้าว เน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมจริง เช่น การหัดรำหมอลำ การเรียนรู้หัตถกรรมท้องถิ่น และการสัมผัสวิถีชีวิตไทยอย่างใกล้ชิด แนวทางนี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงและเข้าใจวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้คนในชุมชนเกิดความตระหนักและภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง ส่งผลให้เกิดการสืบสานและอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนา ศักยภาพและรูปแบบการท่องเที่ยว

ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยสร้างรายได้ และโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ทั้งจากการจัดกิจกรรม การขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผ้าทอ และการให้บริการโฮมสเตย์ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในชุมชนและสร้างเครือข่ายกับ ภายนอก

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หัตถหมอลำ

1. ต้องสร้างกิจกรรมมีส่วนร่วม จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองหัดร้องหรือรำหมอลำ ด้วยตนเอง รวมถึงการเรียนรู้ศิลปะพื้นบ้านอื่น ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงและความประทับใจ
2. สื่อสารและถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชน เน้นการนำเสนอเรื่องราว วิถีชีวิต และวัฒนธรรมหมอลำของชุมชนผ่านกิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น
3. การตลาดและประชาสัมพันธ์ ใช้กลยุทธ์การตลาด เช่น การจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยว การใช้สื่อออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
4. การมีส่วนร่วมของชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมและเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อสร้างบรรยากาศเป็นกันเองและยั่งยืน
5. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการท้องถิ่น ยกย่องผลิตภัณฑ์ เช่น ของที่ระลึก งานหัตถกรรม หรืออาหารพื้นบ้าน ให้เชื่อมโยงกับกิจกรรมหมอลำ เพิ่มทางเลือกและมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว

6. สร้างเครือข่ายความร่วมมือ ประสานงานกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

การแสดงผลมอลำมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างชัดเจน โดย

1. หมอลำเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของคนอีสาน ถ่ายทอดผ่านภาษา ดนตรี การแต่งกาย และศิลปะการแสดง ซึ่งช่วยสืบสานวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น
2. การแสดงผลมอลำช่วยสร้างความภาคภูมิใจและความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการอนุรักษ์และสืบทอดประเพณี
3. หมอลำยังเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความรู้และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น รวมถึงสร้างเครือข่ายทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งในชุมชน
4. การพัฒนารูปแบบหมอลำให้ทันสมัยและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ช่วยกระตุ้นความสนใจของคนรุ่นใหม่ ทำให้วัฒนธรรมหมอลำยังคงอยู่และเติบโตในยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ หมอลำยังมีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การแสดงผลมอลำเป็นกลไกสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน

1. หมอลำเป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และโลกทัศน์ของคนอีสานอย่างครบถ้วน ผ่านการใช้ภาษาอีสานในเนื้อร้องและบทลำ ซึ่งช่วยรักษาและสืบทอดภาษาให้คงอยู่ในชุมชน
2. การลำเรื่องต่อกลอนและการร้องเอื้อนในหมอลำเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ และคติชนที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ทำให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้และเข้าใจรากเหง้าทางวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง
3. หมอลำยังเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ช่วยสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม
4. การพัฒนารูปแบบหมอลำให้ทันสมัยและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ช่วยกระตุ้นความสนใจของคนรุ่นใหม่และขยายฐานผู้ชม ทำให้วัฒนธรรมหมอลำและภาษาท้องถิ่นยังคงมีชีวิตและเติบโตในยุคปัจจุบัน

ดังนั้น หมอลำจึงเป็นกลไกสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมภาษาและวัฒนธรรมของชุมชนอีสานอย่างยั่งยืน

การแสดงหมอลำมีผลต่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชุมชนอย่างสำคัญ ดังนี้

1. หมอลำเป็นศิลปะพื้นบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น คณะศิลปินภูไทที่นำเสนอวัฒนธรรมผู้ไทผ่านภาษา ดนตรี การแต่งกาย และท่ารำเฉพาะตัว ช่วยรักษาเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ให้คงอยู่และพัฒนาต่อเนื่อง
2. การแสดงหมอลำเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดภูมิปัญญา คำสอน ความเชื่อ และประเพณีที่หลากหลายของชุมชนอีสาน ทำให้ความรู้และวัฒนธรรมเหล่านี้ถูกสืบสานจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง
3. หมอลำมีการปรับรูปแบบและเนื้อหาให้ทันสมัยแต่ยังคงรักษารากเหง้าวัฒนธรรม ช่วยให้วัฒนธรรมท้องถิ่นหลากหลายยังคงมีชีวิต และตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคมยุคใหม่
4. การจัดกิจกรรมหมอลำและมหกรรมต่าง ๆ ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่และชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมหลากหลาย ทำให้เกิดความภาคภูมิใจและรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน
5. หมอลำไม่เพียงเป็นการแสดงศิลปะ แต่ยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยอนุรักษ์และส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชุมชนอีสานให้คงอยู่และเติบโตในยุคปัจจุบัน
6. การแสดงหมอลำมีผลต่อการอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด โดยหมอลำเป็นศิลปะพื้นบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของคนอีสานผ่าน ภาษา ดนตรี การแต่งกาย และรูปแบบการแสดงเฉพาะตัว ซึ่งช่วยรักษาและส่งต่อเอกลักษณ์เหล่านี้จากรุ่นสู่รุ่น
7. หมอลำยังมีการปรับประยุกต์รูปแบบให้ทันสมัยแต่ยังคงรักษาแก่นวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น คณะศิลปินภูไทที่ใช้เอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ผู้ไทในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและผู้ชมสมัยใหม่
8. การจัดกิจกรรมหมอลำและมหกรรมต่าง ๆ ยังช่วยสร้างพื้นที่ให้ชุมชนได้แสดงออกและภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง พร้อมทั้งส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการสืบสานและอนุรักษ์เอกลักษณ์ชุมชนอย่างยั่งยืน

สรุปได้ว่า หมอลำเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยรักษาและส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนอีสานทั้งในด้านวัฒนธรรม ภาษา และภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้คงอยู่และพัฒนาไปพร้อมกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมยุคใหม่ ชุมชนบ้านปลาคว่ำสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หัตถ์หมอลำเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าทั้งต่อชุมชนและนักท่องเที่ยว

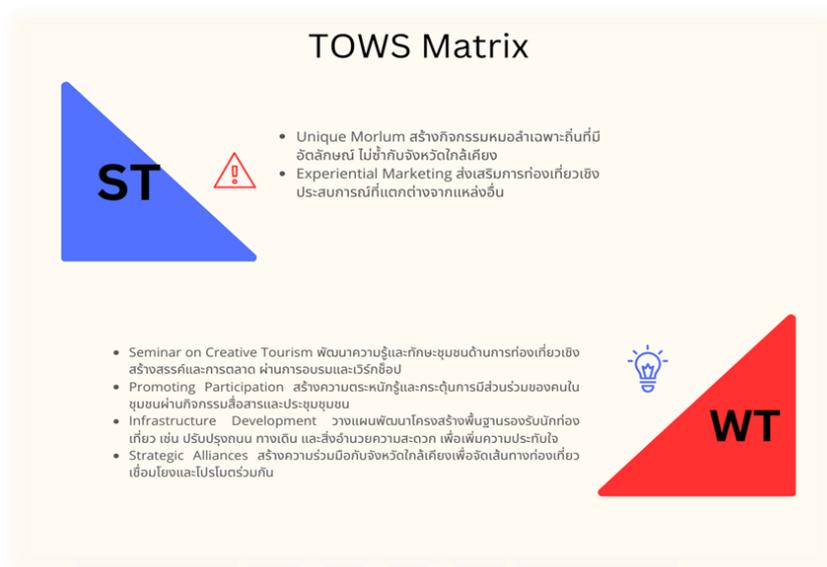
บ้านปลาคว้ามมีศักยภาพเป็นต้นแบบของชุมชนที่ใช้ทุนวัฒนธรรมและศิลปะหมอลำมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีส่วนร่วม ส่งผลดีทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หัตถมอลำในภาคอีสานได้รับการยอมรับจากสาธารณชนในระดับที่สูงและมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ศิลปวัฒนธรรมหมอลำอีสานมีการปรับปรุงการแสดงให้ทันสมัยและได้รับความนิยมจากผู้ชมหลากหลายกลุ่ม

นักวิชาการควรร่วมมือกับคณะหมอลำในพื้นที่เพื่อพัฒนานวัตกรรมกรรมการแสดงและถ่ายทอดองค์ความรู้ ส่งผลให้เกิดการยอมรับในวงกว้างและนำไปสู่การพัฒนาศิลปินรุ่นใหม่อย่างยั่งยืน หมู่บ้านหมอลำบ้านปลาคว้าม จังหวัดอำนาจเจริญ ก็เป็นอีกตัวอย่างของชุมชนที่ใช้กิจกรรมหัตถมอลำเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและสาธารณชน โดยรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หัตถมอลำในภาคอีสานได้รับการยอมรับทั้งในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม การสร้างรายได้ให้ชุมชน และการสร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในศิลปะหมอลำอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลด้าน SWOT ของพื้นที่ ผู้วิจัยได้จัดทำ TOWS Matrix สำหรับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมอลำบ้านปลาคว้าม ดังนี้



ภาพ 4 TOWS Matrix SO, WO



ภาพ 5 TOWS Matrix ST, WT

จากผลการวิจัยและยุทธศาสตร์ TOWS Matrix ผู้วิจัยของนำเสนอกรอบยุทธศาสตร์ (Strategic Framework) ด้วยกระบวนการทัศน์ MORLUM เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยให้นักท่องเที่ยวมาฝึกหัดหมอลำ ดังนี้



- M: Motivation (แรงจูงใจ)** สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจและอยากเข้าร่วมกิจกรรมหมอลำ เช่น การสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมและประสบการณ์พิเศษที่ได้รับ
- O: Opportunity (โอกาส)** เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและฝึกฝนหมอลำอย่างแท้จริง รวมถึงกิจกรรมเสริมอื่นๆ ตามทรัพยากรท้องถิ่น
- R: Resource (ทรัพยากร)** ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของอำเภोजะเริง เช่น ศิลปินหมอลำชุมชนแหล่งท่องเที่ยว และภูมิปัญญาท้องถิ่น
- L: Learning (การเรียนรู้)** จัดกิจกรรมฝึกอบรมและเวิร์กช็อปที่เน้นการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาทักษะและเข้าใจวัฒนธรรมหมอลำอย่างลึกซึ้ง
- U: Unity (ความร่วมมือ)** สร้างความร่วมมือระหว่างชุมชน ศิลปินท้องถิ่น และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- M: Marketing (การตลาด)** วางแผนและดำเนินกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์และสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างการรับรู้

ภาพ 6 กรอบยุทธศาสตร์ (Strategic Framework) ด้วยกระบวนการทัศน์ MORLUM

กรอบนี้จะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมอลำมีความครบถ้วนทั้งด้าน แรงจูงใจ โอกาส การใช้ทรัพยากร การเรียนรู้ ความร่วมมือ และการตลาดอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. สร้างคณะทำงานด้วยการสร้างเครือข่ายระหว่างภาคส่วนต่างๆทำหน้าที่ในการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การหมอลำ
2. ให้การศึกษาแก่คนในชุมชนให้มองเห็นความสำคัญของการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นวางแผน การร่วมตัดสินใจ และการประเมินผล
3. ขอความสนับสนุนจากรัฐบาลในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ให้ความสำคัญในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมกับชุมชนทุกระดับเพื่อดำรงความยั่งยืน
5. ให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยการสื่อสารบนพื้นที่ดิจิทัล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนชุมชนบ้านปลาข้าว
2. ทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในชุมชนเรื่องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน
3. ทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริหารจังหวัดใกล้เคียง (ขอนแก่นและอุบลราชธานี) เกี่ยวกับการร่วมมือเป็นพันธมิตรในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัดอำนาจเจริญ

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. B. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
<https://dx.doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bhatia, M. R. (1983). Plate tectonics and geochemical composition of sandstones. *Journal of Geology*, 91(6), 611-627.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Christaller, W. (1963). Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions - underdeveloped countries recreation areas. *Regional Science Association Papers*, 12, 95-105.
- Dias, Á., Silva, G. M., Patuleia, M., & González-Rodríguez, M. R. (2020). Economic crisis effects on SME dynamic capabilities. *International Journal of Learning and Change*, 13(1), 63-80. <https://doi.org/10.1504/IJLC.2021.111662>
- Duncan, T. (2005). *Principles of advertising & IMC* (2nd ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Eber, S. (1993). *Beyond the green horizon: A discussion paper on principles for sustainable tourism*. WWF and Tourism Concern.
- Fernandes, C., & Rachão, S. (2014). Reinventing tourism at a traditional cultural tourism destination: A case study of Viana do Castelo (Portugal). *ResearchGate*.
<https://www.researchgate.net/publication/264835011>
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success? *ICRT Occasional Paper*, 11, 1-37.
- Huras, C. E. (2015). *Community-based creative tourism. The Bamboo Route Initiative in Guala Ecuador* [Unpublished manuscript].
- Kithiia, J., & Reilly, L. (2010). *Real (or) staged? Authenticity and cultural portrayal in indigenous tourism*.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of marketing* (12th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- 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. (2000). An ultrastructural study of the application of dentine adhesives to acid-conditioned sclerotic dentin. *Journal of Dentistry*, 28(7), 515-528.
- 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>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1990). *Consumer behavior and marketing strategy* (2nd ed.). Irwin.
- Piñeiro-Otero, T., & Martínez-Rolán, X. (2013). Presencia, uso e influencia de los diputados del Parlamento de Galicia en Twitter. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 32, 106-126.
- 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.
- Richards, G. (2000). World culture and heritage and tourism. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9-18.
- Richards, G. (2010). Creative tourist and local development. In R. Wurzbürger et al. (Eds.), *Creative tourism: A global conversation*. Sunstone Press.
- Richards, G. (2019). Culture and tourism: Natural partners or reluctant bedfellows? A perspective paper. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/335801445>
- Richards, J. A. (1999). *Remote sensing digital image analysis: An introduction*. Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-03978-6>
- Richards, J. C., & Bohlke, D. (2011). *Creating effective language lessons*. Cambridge University Press.

- Suttipisan, S. (2013). *Adaptive uses of local textiles for creative tourism product development in Suddan Wisudthiluck.*
- Techakana, J. D. M. (2022). A structural equation model for developing and promoting creative tourism in Thailand. *Journal of Positive School Psychology, 6*(4), 7730-7740.
- UNESCO. (2006). *Toward sustainable strategies for creative tourism.* Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, U.S.A.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Blomberg-Nygaard, 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.
- World Tourism Organization (WTO). (1993). *Sustainable tourism development: A guide for local planners.* World Tourism Organization.
- Xu, H., & Sofield, T. (2013). Sustainability in Chinese development tourism policies. *Current Issues in Tourism, 19*(3), 1337-1355.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2547-2551.*
http://www.mots.go.th/tourism/index.php?section=profile§ion_id=30&category=stvi&cate_id=96
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2550). *การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว.*
http://webhost.mots.go.th/kpr/asd/Manual_Hand_Policy&Strategy/Manual_Handle_Working_Tourism_Sport_For_Goverment_Employee_In_MOTS/Management_And_Manage_Tourism.doc
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2561 และแนวโน้มปี 2562.*
https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=1127
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566 – 2570.*
 กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ [เอกสารประกอบการประชุม]. การประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, กรุงเทพฯ.*

- กัณฑ์ภณ แก้วสง่า และคณะ. (2563). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์
เครือข่ายสังคม. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 14-28.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). *แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ*. กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายใต้
โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จริยาภรณ์ รุ่งโรจน์นวกุล และ นันทาสารี สุขโต. (2558). *การเตรียมความพร้อมของสถานประกอบการ
ในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]*.
- จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2559). การปรับตัวและการมีส่วนร่วมของเกษตรกรผู้ใช้น้ำในพื้นที่กิ่งเมือง
กิ่งชนบท กรณีศึกษาอำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 10(2), 152-177.
- จิราณีย์ พันมุล และคณะ. (2561). การเตรียมความพร้อมของสถานประกอบการในเกาะเกร็ด
จ.นนทบุรี ในการเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.
- จิราณี พันมุล, และประพันธ์ โพธิ์พลพรหม. (2563). กิจกรรมพหุวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 12(4), 307-318.
- จิราภรณ์ อัมพรพรรดี. (2547). *ทรัพยากรการท่องเที่ยว*. <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class6.htm>
- ฉล่องศรี พิมลสมพงศ์. (2560). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 13).
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชิตชนก อนันตมงคลกุล, และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล. (2562). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทย
นานาชาติ*, 15(2).
- ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ. (2564). *แผนพัฒนาชุมชน ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ประจำปี
พ.ศ. 2564*. ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ.
- ชุษณะ เตชคณา. (2563). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 4.0* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์ส.
- ณราย ตีบจันทร์. (2558). แนวทางการเชื่อมโยงสินค้าโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนด้านเกี่ยว น จังหวัด
นครราชสีมา [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- ณัฐกานต์ รุ่งเรือง. (2559). *องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ส่งผลต่อแนวทางการ
พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และภูมิ้องคา ตำบลแก่งเค็ง อำเภอกุดข้าวปุ้น อุบลราชธานี
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี]*.

- ณัฐธิดา จูมปา, และทวีโชค เตชะธรรมวงศ์. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวบนฐานทุนชุมชนชาติพันธุ์ของตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย.
- ณิชาพิชญ์ กลิ่นชื่น. (2560). แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนันทนาการ จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1).
- ดร.ชนิ เอมพันธ์. (2550). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการกิจกรรมโฮมสเตย์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดร.ชนิ เอมพันธ์, และสุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2545). สรุปประสบการณ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภาคกลาง [เอกสารประกอบการประชุม]. การประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายใต้โครงการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, กรุงเทพฯ.
- ดุสิตพร ฮกทา, เสรี วงษ์มณฑา, ชุษณะ เตชคณา, และณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ. (2560). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 9(2), 251-268.
- ฐิรชญา มณีเนตร. (2551). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นจากการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย (รายงานการวิจัย). คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฐิรชญา มณีเนตร. (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า. <https://www.slideshare.net/kksbt/ss-30394392>
- ธีระพงศ์ 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)
- นิตยา เกตุสมบุญ, และวันทนา เนาว์วัน. (2562). ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 25(1), 81-93.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. ไพร์แอนด์ไพร์ พรินติ้ง.
- พัชรณัฏฐ์ อี่ยมวิริยวัฒน์. (2561). ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- พีรดร แก้วลาย, และทิพย์สุดา จันทร์แจ่มหล้า. (2556). เมืองสร้างสรรค์: แนวทางการพัฒนาเมืองจากสินทรัพย์สร้างสรรค์ท้องถิ่นไทย. สถาบันพระปกเกล้า.

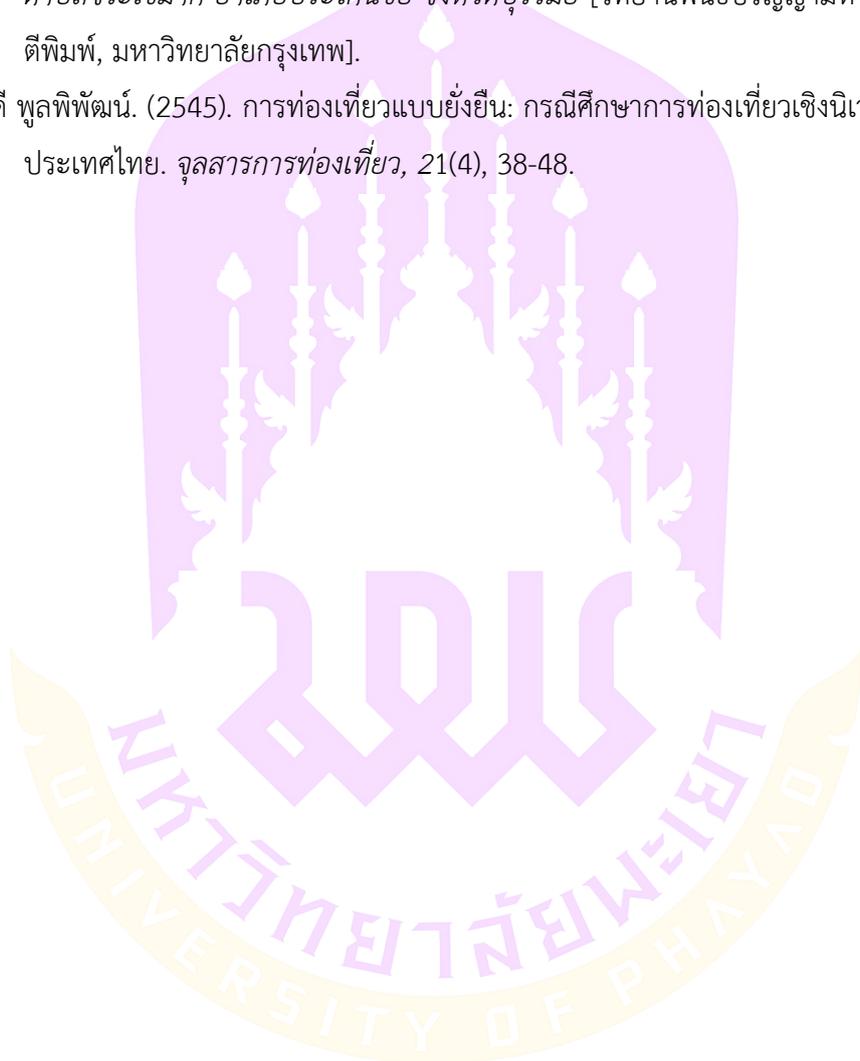
- พีระศักดิ์ วรรณธร. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งในการบริหารวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 10(2), 285-310.
- เยาวลักษณ์ อยู่ศิริ. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตลาดเก่าท่าเกวียน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4197>
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). หลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0007.pdf>
- ฤทธิ อนุจรพันธ์. (2543). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่ออำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภูมิศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- วรรณภา วงษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีระพล ทองมา. (2547). ผลที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์, และ เสรี วงษ์มณฑา. (2564). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(1), 244-256.
- ศรีพร สมบุญธรรม. (2536). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. *จุลสารการท่องเที่ยว*.
- สมหทัย จารุมลิตินท. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (รายงานการวิจัย).
- สิทธิ อธิสรณ์. (2551). การสื่อสารทางการตลาด. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุดถนอม ต้นเจริญ. (2560). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. <http://www.bsru.ac.th/identity/archives/3735>
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- สุพัตรา จีงตระกูล, และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนม้งเมืองขอนแก่น ตำบลโนนเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการธรรมทรรคน*, 19(1), 45-54.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2556). ทูทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. ธีระพิมพ์ลิตซ์ไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). *ครบเครื่องเรื่องการค้าปลีกและการตลาด*. ธรรมสาร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2558). กระบวนการการบริหารการตลาดและการสื่อสารการตลาด. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 7(2), 1-13.

เสรี วงษ์มณฑา. (2565). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการสัมมนาร่วมสมัยประเด็นทางด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.

อัจฉรา ศรีลาชัย. (2559). แนวทางการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน บ้านโคกเมือง ตำบลจระเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์].

อุษาวดี พูลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย. *จตุรัสการท่องเที่ยว*, 21(4), 38-48.



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	อังคณา อินทศร
วัน เดือน ปี เกิด	1 มิถุนายน 2536
สถานที่เกิด	อำนาจเจริญ
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2555 รป.บ. (รัฐประศาสนศาสตร์), มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	54 หมู่ที่ 15 ชุมชนบ้านโคกยาว ตำบลสร้างนงทา อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ
ผลงานตีพิมพ์	อังคณา อินทศร และเสรี วงษ์มณฑา. (2568). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะชุมชนบ้านปลาเค้า จังหวัดอำนาจเจริญ. วารสารสมาคมนักวิจัย. 30(4), (อยู่ระหว่างการเผยแพร่).

