

การท่องเที่ยว ชุมชน

หลักสูตรการสร้าง
ผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง

(ป.ย.ป.2/1)

รุ่นที่ 4



กลุ่มที่ 4

สำหรับรอรอบดี รongผู้ว่าราชการจังหวัด และตำแหน่งเทียบเท่า
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

หลักการพัฒนากองทุนที่เกี่ยวข้องชุมชนที่ยั่งยืน

ตามกระบวนการ Design Thinking

Persona นักท่องเที่ยว

"หาที่เที่ยวใหม่จาก Social media แล้วก็แวะไป ซิม ซอป ชม แซะ"



Persona เจ้าหน้าที่ของรัฐ

"แต่ละหน่วยงาน เชื่อมโยง "ตลาด" ทำงานตามนโยบายของหน่วยงาน"



Persona พ่อค้า แม่ค้า

"ทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวมา และเรามีรายได้จากการขายสินค้าที่ยั่งยืน"



นักท่องเที่ยว

เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ตลอดเวลา เมื่อว่างจากงาน

พ่อค้าแม่ค้า

เน้นสร้างความสุขให้นักท่องเที่ยวเพื่อมีรายได้ที่ยั่งยืน

หน่วยงานภาครัฐ

ตอบสนองนโยบายจากส่วนกลาง โดยใช้ "ตลาด" สร้างผลงานที่สอดคล้องกับงานในความรับผิดชอบ

กลุ่มผู้บริหารตลาด

กำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยใช้วิถีชีวิต วัฒนธรรม และโบราณสถาน

Persona กลุ่มผู้บริหารตลาด

ต้องการสร้าง "วิถีคู่บัว" เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ชุมชน



01

Cultural Asset Cost

ต้องมีต้นทุนสังคม ศิลปวัฒนธรรม และวิถีของชุมชนเป็นรากฐาน

02

Real and Clear Identity

กำหนด "อัตลักษณ์" เฉพาะชุมชนที่ชัดเจน ต้องเดินทางมาที่ชุมชน จึงจะเรียนรู้ได้

03

Participation

ให้ "ผู้รู้ในชุมชนมีส่วนร่วม" ในการพัฒนา และออกแบบการท่องเที่ยวของชุมชน

04

Alliance Partnership

การสร้างพันธมิตรงานบริการท่องเที่ยวชุมชน "ร่วมตัวในฐานะความเป็นหุ้นส่วน"

05

Platform

กฎ ระเบียบ ระบบ เพื่อการรักษาสมดุลของสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของชุมชน

* Persona: ตัวแทนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder)

ดาวน์โหลดรายงานได้ที่
shorturl.at/gkJ16



วิเคราะห์สถานการณ์

หน้า 1 - 5

ความต้องการของ user
และ stakeholder

หน้า 7 - 9

การสร้างแนวคิด
ของทางเลือก

หน้า 9 - 10

Roadmap การนำไปใช้
(นำร่อง-วัดผล-ขยายผล)

หน้า 13

ความเชื่อมโยง
กับยุทธศาสตร์ชาติ

หน้า 5 - 7

ทางเลือกในการสนองตอบ
ความต้องการของ user

หน้า 9

การสร้างต้นแบบ
และทดสอบ

หน้า 11 - 13

Implementation
Factors Checklist

หน้า 13

เราจะพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน
โดยสร้างคุณค่าเพิ่มทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนได้อย่างไร
กรณีศึกษา การท่องเที่ยวชุมชน “กาดวิถีชุมชนคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี”

1. วิเคราะห์สถานการณ์

ในช่วง 2 - 3 ปี ที่ผ่านมาคำว่า "Community-based Tourism : CBT" การท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเป็นฐาน การบริหารจัดการ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในหลายๆความหมาย ความเข้าใจและประสบการณ์ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เป็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการด้านโฮมสเตย์ ที่ต้องมี "ชุมชน" เป็นส่วนประกอบสำคัญ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้มีการส่งเสริมให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเป็นเครือข่ายมากขึ้น บ่อยครั้งใช้คำว่า "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" (Community-Based Tourism) หรือ "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" (Ecotourism) หรือ "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" (Conservation tourism) ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นสื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพพจน์ของการท่องเที่ยว

“การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community base sustainable tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ” โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของตนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึง หรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติแวดล้อมและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน

ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยคนในชุมชน จึงเป็นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้มีความหมายมากกว่า การพักผ่อน เป็นการพัฒนาดนในชุมชนให้มีบทบาทที่สำคัญในการอนุรักษ์ความเป็นชุมชน ซึ่งเปรียบเสมือนชุมชนเป็นเหมือนบ้านของตนเองที่คอยต้อนรับแขกผู้มาเยือนด้วยความยินดี

ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวได้สร้างรายได้ อาชีพ และการมีส่วนร่วมของคนกลุ่มต่าง ๆ และเป็นการขยายภาคเศรษฐกิจของไทยให้ขยายตัวมากขึ้น แต่ผลอีกด้านของการท่องเที่ยวก็ได้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศไทยเช่นเดียวกัน ดังที่เราได้รับรู้รับฟังตามข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งต้องพึงระวังในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

ถึงกระนั้น "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" (Community-Based Tourism) อาจเป็นการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สร้างอาชีพให้ชุมชน และในขณะเดียวกันก็เป็นการอนุรักษ์ไปในตัว เพราะ "เขา"(ชาวบ้าน) เหล่านั้นที่เคยเป็นแต่ผู้เฝ้ามองได้เข้ามาจับบทบาทอย่างสำคัญในการท่องเที่ยวแบบใหม่นี้ ซึ่งเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพ และเป็นพื้นที่ในการแสดงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ ให้รับรู้ในวงกว้างมากขึ้น

ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวบ้านเราได้ปรับเปลี่ยนไปหลายแนวทาง นอกเหนือจากการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยมที่ทำกันมายาวนานที่ไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักคุ้นเคยกันดี ก็ปรับเปลี่ยนมาเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่จำเพาะเจาะจงมากขึ้น ทุกวันนี้เรามีชุมชนเล็ก ๆ มากมายที่เปิดตัวเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้กำลังเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการท่องเที่ยว เป็นทางเลือกใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

อาจารย์ ฉันทพร วณิชฤทธา นักวิจัยและนักวิชาการอิสระ ได้กล่าวถึงข้อดีของการท่องเที่ยวชุมชนว่า ก่อนอื่นมันจะมี 2 คำ คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งแตกต่างกัน "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" จะจัดการเองโดยชุมชน แต่ "การท่องเที่ยวชุมชน" อาจจะมีองค์ประกอบของชุมชนที่มีอยู่แล้วหรือศักยภาพเป็นตัวฐาน แล้วอาจจะเป็นผู้ประกอบการหรือรัฐเข้ามาให้เที่ยวในชุมชน

สำหรับประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับมีหลายทาง คือ ประโยชน์ในด้านการพัฒนาของชุมชนเองโดยที่การท่องเที่ยวทำขึ้นเพื่อตอบสนองปัญหาหรือความต้องการของชุมชนบางอย่างแต่ไม่ได้เพื่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นประโยชน์ก็จะตอบกับชุมชนนั้นๆ เช่น ต้องการแก้ปัญหาเรื่องของสิ่งแวดล้อม ชุมชนนั้นก็จะได้การจัดการสิ่งแวดล้อมโดยทางอ้อม ดังนั้นประโยชน์ก็คือสิ่งที่เป่าหมายกับชุมชนในตอนแรกเพื่อประโยชน์ทางการพัฒนาการจัดการมากกว่าประโยชน์ในเรื่องรายได้

แต่หากชุมชนนั้นไม่ได้รับทราบความต้องการของตนเองอย่างแท้จริง ยังไม่รู้จักว่าตัวเองต้องการอะไร อาจจะเป็นข้อเสียเพราะเมื่อมีการท่องเที่ยวกับความต้องการทางด้านเศรษฐกิจมันจะมาพร้อม ๆ กัน คือพอคนมาเที่ยวก็ต้องเกิดการใช้จ่าย แต่ถ้าผู้จัดการท่องเที่ยวชุมชนไปเห็นถึงรายได้มากกว่าเป้าหมายในตอนแรก เช่น เป้าหมายในเรื่องของการอนุรักษ์ การดูแลสิ่งแวดล้อม แม้กระทั่งการแก้ปัญหาการยากจน ถ้าเรามุ่งเป้าหมายเรื่องการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเดียวก็จะได้ข้อเสีย อาจมีการทะเลาะเบาะแว้ง ไม่เข้าใจกัน เพราะลืมความต้องการของตัวเองไป

และความไม่พร้อมเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาก็ไม่มีเตรียมตัว ว่าต้องทำอะไร ต้องจัดสถานที่อย่างไร ให้เหมาะสม หรืออาจจะเป็นภัยกับนักท่องเที่ยวถ้าไม่มีการเตรียมตัว อาจจะมีกลุ่มคนที่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรืออาจจะนำเรื่องของวัฒนธรรมภายนอกเข้ามา ถ้าปราศจากการเตรียมพร้อมก็จะเป็นข้อเสียมากกว่า แต่ถ้ามีการเตรียมพร้อมข้อเสียก็จะมันน้อยลง ถ้าเราไม่เรียนรู้ที่จะแก้ไปเรื่อยๆ การท่องเที่ยวมันจะมีทั้งข้อดีและข้อเสียอยู่แล้ว

อ.ธัญพร ยังได้ยกตัวอย่างชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ตนชื่นชอบ คือ บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่ บ้านแม่กำปองได้รับรางวัลและมีคนพูดถึงเยอะ แต่แม่กำปองมีความน่าสนใจตรงสภาพพื้นที่ ธรรมชาติของภาคเหนือ สวยงาม สดชื่น เย็นสบาย และที่สำคัญคือเขามีระบบการจัดการที่เป็นตัวของตัวเองมีลักษณะเฉพาะ การทำงานของผู้นำ การทำงานของกลุ่ม ความเป็นธรรมชาติที่เป็นไลฟ์สไตล์ ชอบที่การเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนของเขามีสัดส่วนที่ชัดเจน

อีกแห่งคือ บ้านผาหมอน จ.เชียงใหม่ เป็นของชนเผ่าปกาเกยอ ประทับใจในความตั้งใจในการพัฒนา เขาเป็นชนเผ่าแต่เขาเรียนรู้ ความเป็นตัวของตัวเอง เขาโชคดีที่มีธรรมชาติที่สวยงาม เคยเป็นที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องหนึ่งใจเดียวกันด้วย สองสถานที่นี้ต่างกัน ถ้าเป็นบ้านผาหมอนถือว่าเพิ่งเริ่มเป็นบันไดขั้นต้นๆ แต่ถ้าเป็นบ้านแม่กำปองอาจจะอยู่ขั้นบนๆแล้ว

ด้าน รองศาสตราจารย์ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม ที่ปรึกษามูลนิธิเล็ก-ประไพ วิริยะพันธุ์ และนักวิชาการอิสระ กล่าวถึงการท่องเที่ยวชุมชนว่า การท่องเที่ยวชุมชนในความคิดของตนหมายถึง เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือให้คนในท้องถิ่นนั้นในชุมชนนั้นดูแลของเขาเอง เป็นไกด์ เป็นการอธิบายเอง แล้วก็มีการได้จากการท่องเที่ยวอันนั้นมากระจายกันในท้องถิ่นเอง “แต่ที่ผ่านๆมา ผมยังไม่เห็นเป็นรูปแบบที่ชัดเจน บางแห่งเราเห็นในรูปแบบของการไปเที่ยวตลาดนัด เช่น ตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี อันนั้นเป็นการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่คนในท้องถิ่นนั้นได้เต็มที่ เอาสินค้าท้องถิ่นของคนในมาขายเขาก็มีความมั่นคงมากขึ้น แล้วก็ก็มีหลายๆแห่งที่ทำแบบนี้ แต่ถ้าที่ ททท. หรือ ทางราชการไปจัดการมันจะละ คือมันไม่ถูกจริตของคนในท้องถิ่นเขา “พวกนี้มักจะใช้ความคิดเห็นของกลุ่มของตนเองของพวกราชการเองไปบังคับไปบีบเขา แต่ถ้าเป็นการท่องเที่ยวแบบท้องถิ่นที่เป็นชุมชน เขาจะดูแลของเขาเอง เขาจะอธิบายมรดกวัฒนธรรมของเขาเอง ถ้าเป็นมาจากข้างนอกก็จะเป็นแบบวิชาการ เช่น กรมศิลปมาอธิบายประวัติศาสตร์นู่นนี่มันก็ไม่เห็นคน คืออย่างน้อยการท่องเที่ยวท้องถิ่นหัวใจมันคือคนที่เข้าไปท่องเที่ยวท้องถิ่นมันไม่ได้เที่ยวเฉพาะโบราณสถานหรือธรรมชาติแวดล้อมแต่มันเห็นคน แต่ถ้าการท่องเที่ยวแบบ ททท.หรือทางราชการมันไม่เห็นคนเห็นแต่ของเห็นแต่สถานที่”

สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนนั้น รศ.ศรีศักดิ์ อธิบายว่า ถ้าเราทำให้ดี พยายามกระตุ้นให้การท่องเที่ยวแบบชุมชนหรือท้องถิ่นนี้เป็นผลพลอยได้จากการสร้างประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของคนใน การทำพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านซึ่งเป็นคลังความรู้ที่ถ่ายทอดขึ้นเอง ฉะนั้นการท่องเที่ยวแบบท้องถิ่นจะเป็นผลตามมา หมายถึงท้องถิ่นเขาสามารถจัดการได้ แล้วทำให้เกิดความเข้าใจ ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบท้องถิ่นหรือแบบชุมชนมันจะเสริมให้คนในท้องถิ่นมีความเข้มแข็งและเป็นตัวของตัวเอง

“ส่วนนักท่องเที่ยวที่ได้เข้าไปท่องเที่ยวไปสัมผัสกับชุมชนนั้น ๆ เขาก็จะได้ความรู้จากคนในท้องถิ่น กระชับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เชื่อมโยงความหลากหลาย เราต้องทำความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวในท้องถิ่นเขาต้องการรู้จักความเป็นมนุษย์ เพื่อให้เรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกัน แต่ท่องเที่ยวแบบ ททท.หรือของรัฐ เขาส่งคนไปโฮมสเตย์ไปกินของท้องถิ่นไปดูหิ้งห้อย มันไม่ได้เรื่องมันไปทำลายความเป็นมนุษย์ของท้องถิ่น เขาไม่ควรจะนำคนต่างถิ่นแปลกหน้าเข้าไปอยู่ในบ้านเขา สิ่งเหล่านี้อาจนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น จะนำไปสู่

การกลายเป็นช่องในบ้านได้ถ้าไม่ระวังให้ดี แล้วมันจะทำให้คนในท้องถิ่นแตกแยกมุ่งที่จะหาผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวของตนเองอย่างเดียว”

รศ.ศรีศักร์กล่าวว่า ก่อนยกตัวอย่างการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นของชุมชนทำโดยชุมชนอย่างแท้จริง คือ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นจินเสน จ.นครสวรรค์ ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในรุ่นแรกๆที่ชาวบ้านร่วมกันสร้างขึ้น ชาวบ้านเขาก็ได้จากคนที่มาเที่ยวพิพิธภัณฑ์โดยตรง อีกที่ คือ บ้านหนองขาว จ.กาญจนบุรี ก็เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ชาวบ้านร่วมมือร่วมใจช่วยกันอย่างสมานสามัคคี “ผมไม่เชื่อรัฐบาลและไม่เชื่อ ททท. ผมเชื่อศักยภาพของภาคประชาชน การท่องเที่ยวที่ถูกต้องต้องเป็นการกระทำของประชาชน แล้วเราแค่เข้าไปเป็นที่เลี้ยงให้เขามากกว่าที่จะไปสอนหรือไปทำแทนเขา” รศ.ศรีศักร์กล่าว

ด้าน อ.ธัญพร ได้กล่าวถึงอนาคตของการท่องเที่ยวชุมชนว่า “ในอนาคตการท่องเที่ยวชุมชนจะต้องเป็นที่นิยมสูงขึ้นแน่นอน โดยเรามองจากหลายๆด้าน เช่น ภาครัฐให้ความสำคัญมาก ด้านการท่องเที่ยวก็มีจัดการท่องเที่ยวชุมชนขึ้นมาเป็นหนึ่ง กิจกรรมเลย ซึ่งเป็นการช้ปรับกับสภาวะการโลก เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้ามว่าชุมชนจะอยู่ได้ไหม ชุมชนก็ต้องดูแลพื้นที่ของตนเองมากขึ้น ไม่ต้องการให้ใครมาเป็นคนทำการ เมื่อเขาเห็นตัวอย่างเขาอยากจะสามารถดูแลชุมชนตนเองได้ เขาก็อยากจะทำกันเพิ่มขึ้นซึ่งจะไม่ลดลง” นอกจากนี้ อ.ธัญพร ยังได้แนะนำถึงการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวทั้งห้าไว้ว่า นักท่องเที่ยวจะต้องรู้ก่อนว่าเราจะไปเที่ยวแบบไหน แล้วต้องดูว่าทางชุมชนนั้นเขาจัดการยังไง บางที่ทางชุมชนอาจจะมีแผนการท่องเที่ยวหรือตารางการท่องเที่ยวอยู่แล้ว เราก็ควรปฏิบัติตามเพื่อให้เราได้เรียนรู้ในกระบวนการที่ชุมชนได้นำเสนอไม่ใช่เอาตัวเองเป็นตัวตั้งอยู่ฝ่ายเดียว ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้อาจจะไม่ได้ตอบโจทย์ของความสะดวกสบาย หรือต้องการการพักผ่อนแต่อย่างใดก็ได้ ดังนั้นต้องเข้าใจความต้องการของตนเองและต้องทำความเข้าใจชุมชนที่จะไปเที่ยวก่อน ต้องสอบถามให้ละเอียดเพื่อให้เกิดความเข้าใจ การเตรียมตัวก่อนที่จะไป ซึ่งการท่องเที่ยวชุมชนมักจะเป็นการท่องเที่ยวควบคู่กับการเรียนรู้วิถีชีวิตอย่างแท้จริง (การท่องเที่ยวชุมชน บนทางเลือกทางรอด, ผู้จัดการออนไลน์ เมื่อ 23 ตุลาคม 2551 <https://mgronline.com/travel/detail/9510000125990>)

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ การท่องเที่ยวชุมชน สามารถสรุปเป็นข้อค้นพบที่จะเกิดปัญหาในอนาคต ได้ดังนี้

- 1.1 การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชน (Community Lifestyle) ด้านเศรษฐกิจ
 - การสร้างงาน (กิจกรรมการผลิต การเข้าสู่ระบบธุรกิจท่องเที่ยว) สร้างทางเลือกการประกอบอาชีพ
 - สร้างรายได้/ปริมาณเงินในชุมชนเพิ่มขึ้น และเพิ่มคุณค่าของทรัพยากรในชุมชน เช่น ที่ดิน ผลิตผลทางเกษตร ค่าแรง สิ้นทรัพย์ (Asset)
 - การแข่งขันทางธุรกิจท่องเที่ยวที่จะรุนแรงขึ้นในอนาคต และโอกาสเกิดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้

- การเปลี่ยนรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจการผลิตและตลาดของชุมชน จากภาคเกษตรกรรมไปสู่ภาคบริการ
- ความจำกัดของระบบสาธารณูปโภคที่จะรองรับ เช่น มลภาวะทางขยะ น้ำ เสียง ฝุ่น น้ำปะปา ไฟฟ้า ความสะอาดการคมนาคม และอุบัติเหตุ ฯ

1.2 การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชน (Community Lifestyle) ด้านสังคม

- การเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมชนบทไปสู่สังคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- การอพยพของแรงงานต่างถิ่น และการอพยพย้ายถิ่นฐานของคนชุมชนเดิม
- แนวโน้มความเสี่ยงด้านการก่อเหตุอาชญากรรมและคดีความแพ่ง การฉ้อโกง หลอกหลวง ทะเลาะวิวาท คนจรจัด ขอทาน ฯ
- การเข้าถึงวัฒนธรรมต่างถิ่น และหรือวัฒนธรรมเอเลียน
- แนวโน้มการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว ที่อาจนำไปสู่ระดับความเข้มแข็งของชุมชนที่ลดลง จากความไว้วางใจ การเอื้อเฟื้อและมิตรภาพระหว่างครัวเรือน/บุคคล ฯ การประสานความร่วมมือ

1.3 การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชน (Community Lifestyle) ด้านวัฒนธรรม

- การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเพื่อวิถีชีวิตประจำวัน วิถีเกษตรกรรมที่เน้นการพึ่งพาธรรมชาติและพึ่งพิงกันภายในชุมชน ไปสู่วัฒนธรรมเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตร (ทำสวน ทำนา) ไปสู่อาชีพค้าขายเพื่อบริการนักท่องเที่ยว
- สร้างโอกาสการรื้อฟื้น ศึกษาวัฒนธรรม กิจกรรม งานเทศกาล ดั้งเดิมของชุมชนเพื่อการนำเสนอบริการนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันวัฒนธรรมที่เคยเป็นวิถีชีวิตอาจถูก บิดเบือน หรือ พრაก ไปจากชุมชน เนื่องจากกลไกราคาได้ทำงานอย่างสมบูรณ์มากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวต้องด้วยก้านใบมะพร้าว ได้ปรับไปใช้ลวดเย็บกระดาษ การใช้ภาษาไทยวน ที่ลดน้อยลง (เยาวชนไม่มีทักษะการใช้ภาษาไทยวน) ฯ
- คุณค่า ความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรม ของคนในชุมชน ลดน้อยลง

2. ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ การท่องเที่ยวชุมชน และข้อค้นพบที่จะเกิดปัญหาในอนาคตมีความสอดคล้องที่จะนำไปสู่การพัฒนาในอนาคต ซึ่งถูกกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี ดังนี้

จากความต่อนหนึ่งของ ร่าง ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี 2560 - 2579 (20 สิงหาคม 2560) หัวข้ออนาคตประเทศไทยท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง สำหรับประเทศไทยเส้นทางการพัฒนาที่ผ่านมามีการเจริญเติบโตในเชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพ มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างสิ้นเปลือง สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมลง

อย่างรวดเร็ว รูปแบบการพัฒนามุ่งเน้นการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ พึ่งพาการส่งออกที่ต้องอาศัย การนำเข้าทุนและเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนในสัดส่วนที่สูง ทำให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาเติบโตได้อย่าง รวดเร็ว สามารถปรับเปลี่ยนประเทศจากประเทศที่มีเศรษฐกิจในระบบ “เกษตรแบบพึ่งตนเอง” เป็นระบบ เศรษฐกิจที่ “พึ่งพาอุตสาหกรรมและการ ส่งออก” จนกระทั่งทำให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการผลิตของสินค้า อุตสาหกรรมสำคัญ ๆ ของโลก เช่น ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และปิโตรเคมี ซึ่งการลงทุนจากต่างประเทศส่งผลให้ ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเร็วกว่าและมีผลิตภาพการผลิตที่สูงกว่าภาคเกษตรและ ภาคบริการซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจ ที่เป็นฐานรองรับประชากรขนาดใหญ่กว่า แต่ภาคเกษตรและภาคบริการโดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่ผลิตภาพยังต่ำ แม้ว่าจะเป็นสาขาสำคัญที่สามารถช่วยรองรับผลกระทบของไทยจากความผันผวนจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลก ที่เกิดขึ้นเป็นระยะ ๆ ได้ จึงนับว่าการพัฒนาในรูปแบบที่ผ่านมาส่งผลให้ประเทศไทยติดกับดักความไม่สมดุล กับดักผลิตภาพต่าง ๆ และกับดักความเหลื่อมล้ำ

....ที่เป็นปัญหาสำคัญ คือ (1) คนไทยมีความเปราะบางและอ่อนไหว ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสถานการณ์เศรษฐกิจ ทางสังคมและ วัฒนธรรม (2) คนไทยขาดทักษะและดุลยพินิจในการเลือก รับ ปรับ ใช้ วัฒนธรรมและเทคโนโลยี ได้อย่างชาญฉลาดและรู้เท่าทัน

หัวข้อสถานการณ์และแนวโน้มด้านเศรษฐกิจ สำหรับ ภาคบริการซึ่ง เป็นฐานรายได้ที่มีความสำคัญ มาก ขึ้นตามลำดับ สำหรับ ประเทศไทยนั้นยังอาศัย ฐานบริการดั้งเดิมเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยว ซึ่งสาขาการท่องเที่ยวเองก็ยังมีแนวโน้มในเชิงปริมาณ แต่ขาดคุณภาพ และการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง ขณะที่ยังขาดการกำหนดกลยุทธ์ และเป้าหมายที่ชัดเจน ในการพัฒนาบริการใหม่ ๆ ที่จะเป็พื้นฐานรายได้ใหม่ๆ ที่จะมีความสำคัญมากขึ้น สำหรับประเทศไทยภายใต้ บริบทประชาคม อาเซียนและ ท่ามกลางแรงกดดันรอบด้านที่ประเทศไทยจะต้องปรับโครงสร้างฐาน การผลิตไปสู่ฐานบริการมากขึ้น การเตรียม กำลังคนสำหรับสนับสนุนบริการใหม่ๆ ยังขาดความพร้อม รวมถึงยังต้องยกระดับมาตรฐานการบริการ ให้เป็นแบรนด์ ที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายฐานบริการใหม่ ๆ ที่สำคัญสำหรับอนาคตประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (ร่าง ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี 2560 - 2579 (ฉบับเสนอภานิติบัญญัติแห่งชาติ มิถุนายน 2561))

สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่ สำคัญของการท่องเที่ยว ระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มี คุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้าน การท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรม ไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความ หลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทาง และแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ โดยการสร้างและใช้ ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ รวมทั้งเทคโนโลยีและ นวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด การดูแลความ ปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการและผู้สูงอายุ การใช้ประโยชน์ จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจต่อเนื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้าง แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยคำนึงถึงศักยภาพของแต่ละพื้นที่

การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศ และทรัพยากรที่เอื้อต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน และพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค เพื่อการเป็น แม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างประทับใจตลอดการท่องเที่ยวจนเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและแนะนำต่อ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและ นวัตกรรมในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว การทำการตลาด และการบริหารจัดการสถานที่ที่มี ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีผู้ประกอบการที่เป็น เอกลักษณะ มีการคุ้มครองและปกป้องด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการป้องกันการลอกเลียนแบบ ซึ่ง รวมถึงการผลักดันให้เมืองประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศิลปะ ได้รับการขึ้นทะเบียนด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมให้ก้าวสู่เมืองที่ได้รับการยอมรับในเวทีสากล อันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์และการจัดทำแผนพัฒนาเมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น พร้อมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลและตาม ศักยภาพของพื้นที่ ทั้งการท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมทั้ง การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีพุทธของโลก

3. ความต้องการของ USER และ Stake holder (Identify User Need)

3.1 การเข้าใจ USER และ Stake holder

(1) Persona

- นักท่องเที่ยว: Work Life Balance Play & Learning
 - Life Style: ใช้เวลาว่างเดินทางเพื่อแสวงหาอาหารรับประทานที่ไม่จำเจ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ
 - Motivative: มีแรงจูงใจจากกระแส Social Media และ รายการโทรทัศน์ เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม ผ้าจกไทยวน คุบัว และ ผัดไทกาบบัว
 - Key Characteristic: ชิม ชม แซะ
 - User Goal (Ideal Experience): แสวงหาประสบการณ์ใหม่
 - Frustration and Pain Point: ความยากลำบากในการเดินทางเข้าถึงและคุณภาพสินค้า
- แม่ค้าพ่อค้า: Economics (Income)
 - Life Style: อาศัยอยู่ในชุมชน ซึ่งแสวงหาโอกาสทางด้านรายได้เสริม หรือกิจกรรมยามว่างจากงานหลัก และมีทั้งคนต่างถิ่นที่เข้ามาอาศัยในชุมชน และคนพื้นถิ่นดั้งเดิม

- Motivative: มีแรงจูงใจจากการชักจูงของพระเจ้าอวาสวัตโขลง ตำบลคูบัว ในระยะแรก และจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีผู้ซื้อเข้ามาเพิ่มขึ้น
 - Key Characteristic: private benefit > Social benefit
 - User Goal (Ideal Experience): รายได้จากการขายสินค้าที่ยั่งยืน
 - Frustration and Pain Point: การบริหารจัดการที่ไม่เป็นมาตรฐานสากล
- หน่วยงานรัฐ: Profile
 - Life Style: ทำงานตามบทบาทหน้าที่ที่ถูกกำหนดจากส่วนกลาง Function Base หรือตามแผนงานโครงการที่กำหนดไว้แล้ว
 - Motivative: แรงจูงใจจากกระแสการท่องเที่ยว ซึ่งตลาดคูบัวมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในสื่อ Social Media และ รายการโทรทัศน์
 - Key Characteristic: มีส่วนร่วมและอยู่ในกระแสเสมอ (Trend and Share)
 - User Goal (Ideal Experience): มีผลงาน (Profile) ตอบสนองนโยบาย/แผนงาน/โครงการ
 - Frustration and Pain Point: แสวงหาผลงานระยะสั้น แยกส่วนงาน
 - กลุ่มผู้บริหารตลาด: Sustainable and Social Responsibility
 - Life Style: มีความสัมพันธ์และมีมิตรภาพที่ดีกับวัดโขลง ตำบลคูบัว โดยเฉพาะเจ้าอวาส และมีแนวคิดเป็นผู้ตามที่ดี
 - Motivative: สร้างตลาดวิถีคูบัว เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและสร้างรายได้ที่กระจายสู่ชุมชน
 - Key Characteristic: เสียสละเพื่อวัดโขลง
 - User Goal (Ideal Experience): มิตรภาพที่ดีกับวัดโขลง และ รายได้ของชุมชน
 - Frustration and Pain Point: การบริหารจัดการที่ไม่เป็นมาตรฐานสากล

3.2 Define

(1) นักท่องเที่ยว: ต้องการความสุขจากการได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ตลอดเวลาเมื่อว่างจากงานประจำ (Play & Learning)

(2) แม่ค้าพ่อค้า: ต้องการสร้างความสุขให้นักท่องเที่ยวเพื่อได้รับการตอบแทนเป็นรายได้จากบริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน Economics (Income)

(3) หน่วยงานรัฐ: ต้องการตอบสนองนโยบายจากหน่วยงานส่วนกลาง (Policy Responsibility & Implement)

(4) กลุ่มผู้บริหารตลาด: ต้องการพัฒนาหน่วยธุรกิจบริการท่องเที่ยวชุมชนให้ดำรงอยู่และสร้างรายได้แก่ชุมชน โดยมี วิถีชีวิต วัฒนธรรมคูปัว ไทยวน และประวัติศาสตร์ทวารวดี เป็นกลยุทธ์กำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Branding and Positioning)

4. ทางเลือกในการสนองตอบความต้องการของ User (Opportunity Identification)

เพื่อตอบสนองความต้องการของ User จึงต้องกำหนดแนวทางที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนและไม่สร้างผลกระทบด้านลบต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย

4.1 การออกแบบวิธีการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักและต้องการที่จะมีความสุขความประทับใจผ่านการเรียนรู้ประสบการณ์ร่วมใน วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิทัศน์ ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือการทำลายคุณค่าของทุนทางสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจต่อชุมชน

4.2 การออกแบบวิธีการเพื่อให้แม่ค้าพ่อค้าและผู้คนในชุมชน ได้ตระหนักคิดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากต้นทุนที่มีอยู่เดิม ซึ่งประกอบด้วย ศิลปะ (ลายผ้า ดนตรี) วัฒนธรรม วิถีชีวิต (อาหาร การแต่งกาย ภาษา ประเพณี สถาปัตยกรรม) ประวัติศาสตร์ พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และงานบริการที่สื่อสารเรื่องราวซึ่งแสดงถึงคุณค่าและสร้างโอกาสการแบ่งปันประสบการณ์ที่ประทับใจจากการได้เรียนรู้คุณค่าเหล่านั้น

4.3 การออกแบบวิธีการที่จะทำให้หน่วยงานรัฐได้สร้างหรือจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานการพัฒนาหรือสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้เกิดการลงทุนที่จะสร้างคุณค่าและสื่อสารแบ่งปันเรื่องราว/ประสบการณ์ที่น่าประทับใจของวิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการระคับประคองให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีปัญญาในการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนในอนาคต

4.4 การออกแบบวิธีการที่จะสร้างระบบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์และมาตรฐานงานบริการ เพื่อนักท่องเที่ยวมีความประทับใจ ได้รับคุณค่าจากสินค้าและบริการที่คุ้มค่า และนำไปสู่การสร้างรายได้ชุมชนที่ยั่งยืน

5. การสร้างแนวคิดของทางเลือก (Ideation: Idea Creation)

จากสังเคราะห์กระบวนการเข้าใจประสบการณ์และความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน (Empathize) การวิเคราะห์ความต้องการ (Define) สามารถอธิบายความหมายของ การท่องเที่ยวชุมชน : คือ การสื่อสารประสบการณ์ เรื่องราวของ ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน ที่ได้มีการศึกษา กลั่นกรองอย่างสมเหตุสมผล ผ่านสื่อการตลาด เช่น การจัดแสดง (Exhibition Place) ในสถานที่ใด ๆ ซึ่งอาจรวมถึงโลกเสมือนจริง (Virtual Reality)

ทั้งนี้หากขยายความเพิ่มขึ้น จะสามารถกล่าวอีกนัยได้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวเป็นวิธีการแบ่งปันความประทับใจรวม ที่ซึ่งธรรมชาติ หรือสังคม หรือปัจเจกชน ได้สร้างและบันทึกความทรงจำและสัมผัสที่สวยงามในรูปแบบ วิถีชีวิต อาหารการกิน รูปทรง ทิวทัศน์ ผ่านงานศิลป์ ซึ่งเมื่อเราได้ sharing happiness แล้ว มิตรภาพ ความรัก ความเชื่อมั่น ความศรัทธา จะเกิดตามมา จนเป็นที่ปรารถนาของผู้คนมากมายยิ่งขึ้น ดังนั้น ความประทับใจสร้างได้ตลอดเวลา แต่ความประทับใจที่จะแบ่งปันมีความจำกัด ทั้งสถานที่ เวลา การบริหารจัดการ การให้คุณค่าและมูลค่าของการท่องเที่ยวที่แสวงหาความประทับใจจึงเริ่มเกิดขึ้น หรือเรียกว่า การท่องเที่ยวสร้างเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ การค้าความประทับใจ มีเงื่อนไข ของความพอดี ตามกำลัง หากคุณภาพของความประทับใจลดลง เป็นความประทับใจจอมปลอม สิ่งที่จะตามมาคือ ความเสื่อม ความไร้มิตรภาพ ไร้ความเชื่อ ไร้ความศรัทธา จะวนเวียนย้อนกลับมาเป็นความทุกข์ในที่สุด.

ดังนั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนมีความหมายต่อ USER ที่เกี่ยวข้อง ทางเลือก (Idea Creation) ที่เราจะพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยสร้างคุณค่าเพิ่มทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนได้นั้น จะต้อง มีหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้ยั่งยืน (Principle of Community Base Sustainable Tourism) ประกอบไปด้วย

5.1 Conceptual: การศึกษาออกแบบกรอบแนวคิดแหล่งท่องเที่ยว เช่น การออกแบบตำแหน่งทางการตลาด การควบคุม กำกับ Mood and Tone ของ สถาปัตยกรรม และ Landscape เพื่อการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองและเข้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด รวมทั้งเป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน

5.2 Identities (Cultural Asset): การศึกษาออกแบบเรื่องราวของวิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูตลักษณ์ (Story Study and Telling) เพื่อนำเสนอและสร้างประสบการณ์เรียนรู้ที่ประทับใจ (Preference & Attractive) รวมทั้งออกแบบวิธีการรักษาภาพระหว่าง วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูตลักษณ์ และนักท่องเที่ยว

5.3 Economics: การศึกษาออกแบบระบบเศรษฐกิจของชุมชนและการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เพื่อให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีความสมดุลกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างผลกระทบด้านลบในระยะยาว หรือเป็นความเจริญโดยไร้กรอบ

5.4 Sustainable: การศึกษาออกแบบเพื่อให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนหรือมีเรื่องราวที่น่าประทับใจตลอดเวลา เป็นการท่องเที่ยวที่มีการกำกับ ควบคุม คุณภาพ มาตรฐานในทุกมิติ

สรุปได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้ยั่งยืน จะต้องระมัดระวังและคำนึงถึง คุณภาพและมาตรฐานของเนื้อหาสาระ (Content and Context) ที่จะนำเสนอเพื่อสร้างความประทับใจ และประโยชน์ทางด้านรายได้ของผู้ให้บริการ (Producer) ที่เหมาะสมในระดับจะสร้างความยั่งยืนให้เกิดแก่ชุมชน

6. การสร้างต้นแบบและทดสอบ (Prototype and Test)

หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้ยั่งยืน (Principle of Community Base Sustainable Tourism) ประกอบไปด้วย

(1) Cultural Asset Cost: มีต้นทุนทางสังคม ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน

ต้นทุนทางสังคม เป็นสิ่งดั้งเดิมที่มีอยู่ แล้วในแต่ละชุมชน ทุนทางสังคมเป็นเรื่องของความคิด ความเชื่อ ความไว้วางใจ ค่านิยมที่ตีร่วมกันของชุมชนรวมถึงเรื่องของวัฒนธรรมจารีตประเพณีของชุมชนนั้น ๆ ที่มีอยู่ทุนทางสังคมยังเป็นวิธีการในการจัดการชุมชนโดยที่ชุมชนร่วมมือกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่มีร่วมกันเป็นพลังขับเคลื่อนให้ชุมชนนั้นมีการพัฒนาที่เข้มแข็งและยั่งยืน

องค์ประกอบ หลักของทุนทางสังคม มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ทุนมนุษย์ คือบุคคลที่มีองค์ความรู้ ความสามารถ มีจิตสาธารณะมีความเอื้ออาทร มีหัวใจและพร้อมที่จะเสียสละทำประโยชน์เพื่อชุมชน ทุนสถาบัน/องค์กร คือสถาบัน/องค์กรที่มีส่วนสนับสนุนผลักดัน ให้ชุมชนนั้นอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และทำประโยชน์ร่วมกัน ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น จารีตประเพณีที่มีอยู่ในท้องถิ่น รวมไปถึงค่านิยมและความเชื่อที่ดีของชุมชน ทุนทรัพยากรธรรมชาติ คือทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนเป็นทรัพยากรที่มีดั้งเดิม

ดังนั้น ชุมชนที่จะสามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ จะต้องมิต้นทุนทางสังคม ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน เพื่อเป็นฐานรากของการศึกษา เรียนรู้ และสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจในรูปแบบการท่องเที่ยว

(2) Real and Clear Identity: ต้นทุนทางสังคม ที่ประกอบไปด้วย ทุนมนุษย์ สถาบัน/องค์กร ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต รวมถึงทุนสิ่งแวดล้อม จะต้องมิต้องเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนที่ชัดเจน สามารถสื่อสาร สร้างกระบวนการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์และความประทับใจได้อย่างแท้จริง มีเชิงการแสดง การจำลอง หรือการลอกเลียนแบบ นั้นหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน จะต้องเดินทางมาที่ชุมชนแห่งนี้ เท่านั้น

(3) Participation: การเปิดโอกาสให้ผู้มีความรู้ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและออกแบบการท่องเที่ยวของชุมชนจะประกอบไปด้วย

- กระบวนการ Study/Research/Design เพื่อค้นหาคุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน และออกแบบให้คุณค่าดังกล่าวสามารถ (Story Study and Telling) นำเสนอและสร้างประสบการณ์เรียนรู้ที่ประทับใจ (Preference & Attractive) เช่น การเล่าเรื่องราวสายผ้าคูบัว ผ่านเสื้อผ้าร่วมสมัย การออกแบบอาหารไทยวนเป็นอาหารร่วมสมัย การออกแบบสถาปัตยกรรมบ้านเรือน สถานที่สำคัญ และสถาปัตยกรรมโครงสร้างพื้นฐานภาพรวมของชุมชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สังคมชุมชนและสังคมภายนอกได้รับรู้คุณค่า ชื่นชม และปรารถนาจะได้มาสัมผัสประสบการณ์ร่วม และกระตุ้นในคนในชุมชนเห็นคุณค่าของตนเอง โดยศึกษา วิจัย

การมีส่วนร่วมระหว่างนักวิชาการ Expert และ ประชาชนในชุมชน อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เนื้อหาสาระ (Content and Context) ของการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ

- กระบวนการ Marketing คือ การทำการตลาดเพื่อโน้มน้าวให้สังคม/นักท่องเที่ยว นักอนุรักษ์ ฯลฯ มาร่วมกันพัฒนาและออกแบบกระบวนการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ หรือ การสร้างกระแสเพื่อให้เกิดแรง กระตุ้นความต้องการของสังคมที่จะมาสัมผัสประสบการณ์ร่วมใช้ชีวิตวิถีชุมชน

- กระบวนการสร้างทักษะความเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Entrepreneur Skill หรือ สร้างทักษะการออกแบบคุณค่าทางวัฒนธรรมร่วมสมัย แก่ประชาชนในชุมชน เพื่อให้มีขีดความสามารถและได้เปรียบในการแข่งขันทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่สมดุล รวมทั้งสามารถบริหารจัดการชุมชนให้ยั่งยืน โดยชุมชนเพื่อชุมชน

- กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วย ประชาชน สถาบัน/องค์กรในชุมชน (บ้าน วัด โรงเรียน) ท้องถิ่น ภาครัฐ และ เอกชน โดยจะต้องร่วมกันออกแบบ วางแผนยุทธศาสตร์ แผนธุรกิจ แผนบริหารจัดการ แผนลงทุน การจัดสรรประโยชน์ทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งแผนบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ เช่น ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ และการเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจร่วมกัน

(4) Alliance Partnership: การสร้างพันธมิตรงานบริการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อส่งเสริมกลยุทธ์ด้านการตลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เป็นการรวมตัวในฐานะความเป็นหุ้นส่วน (Partnership) เพื่อเพิ่มโอกาสให้กับการท่องเที่ยวชุมชน ในการประสานผลประโยชน์ร่วมกัน ผ่านการเชื่อมโยงความหลากหลายทางวัฒนธรรม การเรียนรู้ เส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อ และรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน ลดต้นทุนการบริหารจัดการ และขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว

(5) Platform: มีกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อการกำกับ ควบคุม มาตรฐาน ให้มีการเจริญเติบโตที่สมดุล รวมทั้งควบคุมมิให้มีการบิดเบือนและสร้างผลกระทบด้านลบทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ได้แก่ การสร้างระบบการบริหารจัดการคุณค่า (Value Management Systematic) (Human (Mind Set & Skill Set), Budget Process, Tool, Environment) เช่น

- Regulation and Laws การออกกฎหมาย ระเบียบ การบริหารจัดการวัฒนธรรม/คุณค่าของชุมชน เพื่อให้การผลิตการบริโภคอยู่ในกรอบ Balancing/Optimization Management ไม่สร้างภาระหรือบิดเบือนทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม

- Organization การกำหนดให้ชุมชนมีองค์กรในการบริหารจัดการที่เหมาะสมตามที่กฎหมายให้อำนาจไว้ (บทบาทพันธกิจ งบประมาณ ระบบการจัดการ บุคลากร)

- Laws Enforcement & Improvement การบังคับใช้กฎหมาย ระเบียบ ที่มีประสิทธิภาพ และการปรับปรุงกฎหมายตามสภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

- Big Data Analytic and Future Study การกำหนดให้มีข้อมูลที่เชื่อมต่อทุกสิ่งในชุมชน เพื่อการบริหารความคาดหวังและบริหารความเสี่ยงในอนาคต

7. Road Map การนำไปใช้และขยายผล (Impact Measurement)

หากนำหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้ยั่งยืน (Principle of Community Base Sustainable Tourism) ไปใช้ประโยชน์และขยายผลในการวางแผนพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน จะสามารถสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน โดยชี้วัดจาก

- 7.1 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น
- 7.2 การเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวที่มีเสถียรภาพ
- 7.3 ระดับของผลกระทบด้านลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่ลดลง

8. Implementation Factor Checklist

(1) แผนการเตรียมระบบการขับเคลื่อนขยายผลนำหลักการไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับ (Reset Mind Set) หมายถึงการจัดทำรายละเอียดของหลักการ ๆ การผลิตสื่อการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจ การคัดเลือกและฝึกอบรมบุคลากรต้นแบบเพื่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน และการบริหารจัดการ

(2) แผนเตรียมบุคลากร (Reset Skill Set) หมายถึง การฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะและองค์ความรู้เพื่อการขยายผลในวงกว้าง

(3) แผนการจัดทำค่าของงบประมาณ (Reset Tool Set) หมายถึง การเตรียมรายละเอียดโครงการเพื่อเสนอสำนักงบประมาณพิจารณา งบประมาณเพื่อการจัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ ค่าใช้จ่าย ต่าง ๆ

(4) แผนการเสนอกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้อง (Reset Tool Set) หมายถึง การเตรียมการศึกษวิเคราะห์เพื่อการยกร่างและเสนอกฎหมายที่จำเป็นต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการประกาศใช้

รายชื่อคณะทำงาน

- | | | |
|-------------------------|----------------|---------------------------------------|
| 1. นายพีรพันธ์ | คอทอง | ผู้ช่วยปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ |
| 2. นายนิวัฒน์ | รุ่งสาคร | รองอธิบดีกรมการปกครอง |
| 3. นายสุทิน | แก้วพนา | ผู้ช่วยปลัดกระทรวงศึกษาธิการ |
| 4. นายศักดิ์ฤทธิ | สลักคำ | รองผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมา |
| 5. ว่าที่ร้อยตรีพิเชียน | ลิ้มป์หวังอยู่ | รองผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา |
| 6. นายประกอบ | วงศัมนีรุ่ง | รองผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต |
| 7. นายวิสาห์ | พูลศิริรัตน์ | รองผู้ว่าราชการจังหวัดราชบุรี |



หลักสูตรการสร้างผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง (ป.ย.ป.2/1) รุ่นที่ 4