

การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน :
การเตรียมความพร้อม การมีส่วนร่วม และการพัฒนาผู้ประกอบการ*
COMMUNITY-BASED TOURISM INNOVATION : READINESS
PREPARATION, PARTICIPATION, AND ENTREPRENEURSHIP
DEVELOPMENT

ยมลพร สิทธิ, Yamonporn Sitti
สาธิต มณีโชติ, Sathit Maneechot
ขวัญชนก ชินวงษ์, Khwunchanok Chinavong
วรลักษณ์ เรืองรุ่งวิฤกุล, Waralak Ruangroongwirakoon
สายใจ ยอดเพชร, Saijai Yotphet
ธันสถา โรจนตระกุล, Tanastha Rojanatrakul
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Department of Public Administration, Faculty of Social Sciences and
Local Development, Pibulsongkram Rajabhat University
E-mail : saijai77811@gmail.com.th



บทคัดย่อ

การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งนับได้ว่าเป็นรากฐานในการสร้างคุณค่าและความยั่งยืนแก่ทรัพยากรทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ ทั้งยังเป็นการยกระดับนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ความเป็นมาตรฐานทั้งในระดับชาติและระดับสากล ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะนอกจากที่ชุมชนจะได้พัฒนาศักยภาพของตนเองและพื้นที่แล้ว ชุมชนยังได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวอิสระ ในการรับข้อมูลและความสามารถในการรองรับของชุมชนที่ได้มาตรฐานรองรับส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ตลอดจนเกิดประโยชน์

* Received 11 October 2024; Revised 29 December 2024; Accepted 30 December 2024

ในมิติที่หลากหลาย อันนำไปสู่การยกระดับระบบเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

คำสำคัญ : นวัตกรรม, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, เตรียมความพร้อม, การมีส่วนร่วม, ผู้ประกอบการ

Abstract

Creating innovations in community-based tourism is a vital factor in tourism development. It is a foundation for creating value and sustainability for cultural resources, lifestyles, and natural resources in local communities. It elevates community-based tourism innovations to meet both national and international standards. It is important aspect of community-based tourism because, in addition to help communities develop their potential and areas, tourism operators and independent tourists rely on communities to provide information and support that meets tourism standards. Quality tourism evolves from community-based tourism. It benefits the community in various dimensions, including enhancing the grassroots economy and increasing international acceptance.

Keywords : Innovation, Community-based tourism, Preparation, Participation, Entrepreneurship

บทนำ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วในวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบที่ถูกคาดหวังว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศ ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาชน ในการบริหารจัดการและสนับสนุน หรือการอำนวยความสะดวกในการดำเนินการทุกขั้นตอน สำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism : CBT) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีเข้ามา

มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มต้นทั้งการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ภายในชุมชน สามารถสร้างผลกระทบในเชิงบวกให้แก่ชุมชนผ่านหลักการและองค์ประกอบต่าง ๆ เสมือนเครื่องจักรที่ทำงานจะต้องขับเคลื่อนไปด้วยกัน (รุ่งรวี จิตภักดี, 2566, น.2-3) ทั้งยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการพัฒนาชุมชน ซึ่งสามารถมองได้ว่าการพัฒนากับการท่องเที่ยวต้องไปในทิศทางเดียวกันดังนั้นในแต่ละมิติของการท่องเที่ยวควรจะเข้าไปส่งเสริม และสร้างความเข้มแข็งให้กับการพัฒนาชุมชน ผ่านหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550, น.1-2)

การดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในชุมชนให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยนวัตกรรมกับการท่องเที่ยวทั่วไป เพื่อเป็นกระกระตุ้นให้คนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว และยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีและทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น (ประยูร อิมิวัตร์, นำขวัญ วงศ์ประทุม, กฤษณะ สมควร และอรุณี อินเทพ, 2562, น.145-156) ในการนำนวัตกรรมซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการหรือแนวคิดใหม่ที่ดัดแปลงไปจากเดิม ที่นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการและองค์กร เพื่อให้มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์ด้านการท่องเที่ยวมากกว่าเดิมนั้น (ศิรินทิพย์ กุลจิตรจรี และสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, 2563, น.217-232) นวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาการบริหารจัดการชุมชนที่จะนำไปสู่การสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ การบริการใหม่ ตลอดจนการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของการบริการกระบวนการกิจกรรมที่ต้องอยู่ภายใต้การแก้ไขและพัฒนาชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2563, น.58-65)

การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญของชุมชนผ่านการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเป็นกระบวนการในการกำหนดความสำเร็จให้แก่ชุมชน รวมทั้งต้องให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นการบูรณาการในการทำงานและการประสานงานกันของทุกฝ่าย และอีกปัจจัยสำคัญคือการพัฒนาผู้ประกอบการของชุมชน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว เพราะเป็นหน่วยกลางที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการและให้บริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในทุกรูปแบบของชุมชนผ่านการพัฒนา เพื่อสร้างเป็นรูปแบบนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในแต่ละชุมชน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

การเตรียมความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการพัฒนาชุมชน เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นการนำฐานทรัพยากรในชุมชนมาพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการแก่บุคคลภายนอกหรือนักท่องเที่ยว แต่การจะยกระดับชุมชนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องที่ยาก และต้องใช้เวลาพอสมควร อีกทั้งจะต้องอาศัยความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก การท่องเที่ยวจึงจะก่อเกิดขึ้นได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550, น.1-2) ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการกำหนดความสำเร็จให้แก่ชุมชนท่องเที่ยว เพราะจะต้องเริ่มจากการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน การสังเคราะห์ การระดมความคิดเห็น ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และแนวทางการแก้ไขปัญหาผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558, น.25-26) ซึ่งกระบวนการเตรียมความพร้อมควรดำเนินการ 4 ระยะ ดังนี้ (รุ่งรวี จิตภักดี, 2566, น.55-58)

ระยะที่ 1 การค้นหาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนและการรวมกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการสำรวจข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อพิจารณาถึงผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบว่าจะเกิดอะไรและอย่างไรบ้าง การเปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพูดคุยเรื่องผลดีผลเสีย อีกครั้ง เพื่อให้ร่วมกันตัดสินใจ การสำรวจข้อมูลทางกายภาพ ทั้งข้อมูลประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติ และการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านศักยภาพของชุมชน ข้อจำกัดโอกาส และความเสี่ยง เพื่อเป็นการสร้างฐานในการต่อยอดการท่องเที่ยว

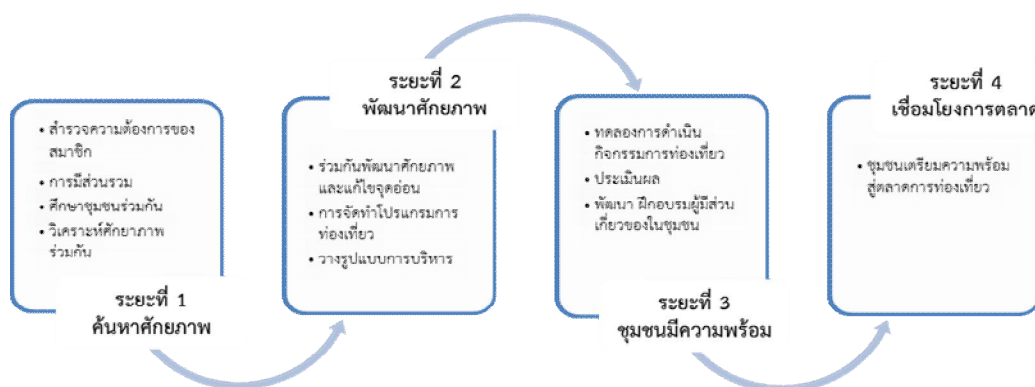
ระยะที่ 2 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อนของชุมชน เช่น การรวบรวมองค์ความรู้หรือเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน โดยชุมชนต้องร่วมกันดึงเอาเอกลักษณ์ให้เห็นร่วมกันก่อนนำสู่การเผยแพร่ออกไป ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมสอดคล้องปลอดภัย รวมทั้งฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดทำรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ ตลอดจนการสื่อสารแหล่งการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น QR Code แผ่นป้าย มัคคุเทศก์ ปราชญ์ชุมชน เป็นต้นรวมทั้งการสร้างกฎกติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว

ระยะที่ 3 ชุมชนมีความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้อาจมีการจัดท่องเที่ยว นำร่องเพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาเพื่อให้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและ

ประเมินผล เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางในการพัฒนาองค์ความรู้ของชุมชน รวมทั้งการบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อนำไปประยุกต์หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และวางมาตรการป้องกันไว้แต่เริ่มแรก

ระยะที่ 4 ชุมชนเชื่อมโยงการตลาด เมื่อชุมชนพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว และมีความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยว ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดคือ การเชื่อมโยงทางการตลาด การท่องเที่ยวโดยการสร้าง **Branding** ของชุมชน แผนการตลาดของชุมชน และส่งต่อคนรุ่นใหม่เข้ามาร่วมกันบริหารจัดการ

คณะผู้เขียนเห็นว่า เมื่อชุมชนดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 4 ระยะแล้ว ชุมชนจะสามารถดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวได้นั้น ยังจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานการณ์ของชุมชน เพราะสิ่งที่ยากที่สุด คือ ชุมชนที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคนในชุมชนยังไม่คุ้นเคยและไม่เชื่อมั่นว่าจะให้ประโยชน์ต่อคนในชุมชนได้ คณะทำงานในชุมชนจำเป็นต้องเสริมสร้างทัศนคติใหม่เรื่องการท่องเที่ยวให้คนในท้องถิ่น ให้เกิดความอยากรู้จัก อยากลอง และเกิดความภาคภูมิใจในตนเองมากขึ้น เมื่อชุมชนเห็นคุณค่าจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นจากความสนใจของคนในชุมชนในเพื่อดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวต่อไป ซึ่งคณะผู้เขียนสรุปเป็นแผนภาพที่ 1 ได้ดังนี้



ภาพ 1 การเตรียมความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นการบูรณาการการทำงานและประสานงานกันระหว่างหน่วยงานทุกฝ่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น หน่วยงานเอกชน หรือแม้แต่

สถาบันการศึกษา เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง ซึ่งการสร้างนวัตกรรมการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งคณะผู้เขียนสังเคราะห์มาจาก (ชัยรัตน์ จุสปาโล และคณะ, 2563, น.3-5; วรพงศ์ ผูกภู และคณะ, 2564, น.164-174) รุ่งรวี จิตภักดี, 2566, น.58-59) สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การมีส่วนร่วมในด้านการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามาดำเนินการบริหารจัดการและจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเองเป็นหลัก ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งการมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมนั้น ชุมชนสามารถเริ่มได้จากการกำหนดวัตถุประสงค์ และวิสัยทัศน์ของชุมชนตนเองเพื่อเป็นเป้าหมายและแนวทาง สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการกระจายรายได้สู่ฐานรากยกระดับคุณภาพชีวิต และสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้กับคนในชุมชน

2. การมีส่วนร่วมในด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (กิจกรรม) และโปรแกรมการท่องเที่ยว ชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยชุมชนจากรูปแบบเดิมให้เป็นรูปแบบใหม่ที่แปลกและแตกต่างไปจากเดิม โดยที่คงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนอยู่ไม่ว่าจะเป็นการบริการด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก เส้นทางท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ (Learning) ความตื่นเต้น (Exciting) ความแปลกใหม่ (Innovation) และเกิดประสบการณ์จากการท่องเที่ยวชุมชน (Tourism Experience) รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นในรูปแบบของของฝากของที่ระลึก ที่จะต้องพัฒนาให้เกิดความประทับใจของผู้มาเยือนอย่างสูงสุด เพื่อนำไปสู่กระบวนการหลังการบริการคือการกลับมาในพื้นที่ชุมชนซ้ำ และเกิดการบอกต่อปากต่อปาก

3. การมีส่วนร่วมในด้านการรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ปัจจุบันกระแสเรื่องของ SDG หรือ Sustainable Development Goals ได้รับความสนใจจากคนทั่วโลก หากชุมชนเกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวถือเป็นหัวใจสำคัญของการรับผิดชอบต่อชุมชนในปัจจุบัน เพราะเป็นการเพิ่มผลประโยชน์สูงสุดให้กับชุมชน และสามารถลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนให้ความสำคัญกับชุมชนที่ยังอ่อนแอและด้อยโอกาสจากสังคมภายนอก ทำให้ชุมชนมี "ประสบการณ์ทางสังคมโดยรวม" นอกจากการรับผิดชอบต่อชุมชนแล้ว การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนก็เป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการชุมชนด้วยเช่นเดียวกัน เพื่อให้ชุมชนเกิดความยั่งยืน ชุมชนจะต้องกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการที่มีการคำนึงถึงทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่มีอย่างจำกัด ลดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดมลภาวะและมลพิษแก่ชุมชน รวมไปถึงการสร้างจิตสำนึกเป็นสิ่งสำคัญในหมู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดอีกด้วย

4. การมีส่วนร่วมในด้านเครือข่าย การมีส่วนร่วมชุมชนถือได้ว่ามีฐานะเป็นผู้ที่มีสิทธิ์ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ ตลอดจนเป็นผู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน และสถาบันทางการศึกษา ที่มีแนวคิดหลักในการทำงานที่มุ่งเน้นความร่วมมือ การเรียนรู้ร่วมกันกับชุมชน ฉะนั้นจึงไม่ใช่เรื่องที่แปลกใหม่หรือเป็นเรื่องยากสำหรับชุมชน แต่เป็นเรื่องใกล้ตัวที่จะต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดและปรับตัวเองให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ตลอดจนเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นผู้ประสานแนวคิดของทุกคนให้มองเห็นภาพของการขับเคลื่อนการทำงานท่องเที่ยวไปในแนวทางเดียวกัน



ภาพ 2 การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผู้ประกอบการ คือ ผู้สร้างกระบวนการของการกำหนดโอกาสทางการตลาด และมีความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้สอดคล้องกับโอกาสและบริบทของพื้นที่ ผู้ประกอบการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจประกอบกับทักษะด้านการนำความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจมาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด (รัชมงคล ทองหล่อ และคณะ, 2562, น.183-198) ทั้งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน นวัตกรรมเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีขึ้นจากมุมมองของสิ่งที่มีตัวตน หรือเป็นการสร้างมูลค่าในจิตใจให้เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการหรือสินค้าอื่นๆ (อาศิรา ราชเวียง, 2560, น.79-88) ซึ่งผู้ประกอบการเปรียบเสมือนผู้สร้างนวัตกรรม โดยนวัตกรรมจะช่วยให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive

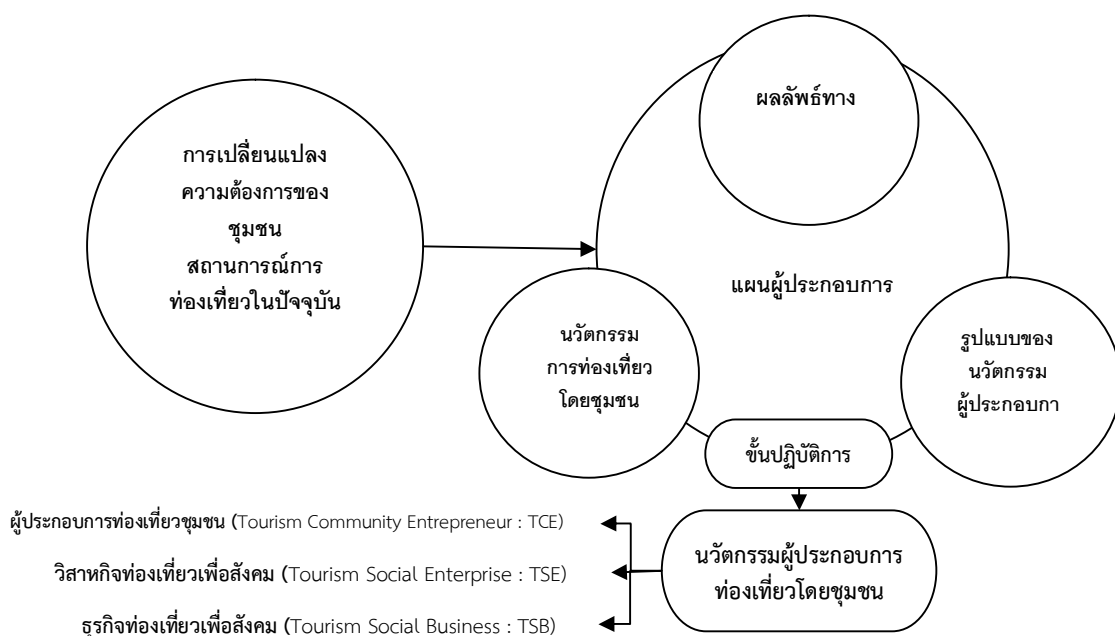
Advantage) ที่เหนือกว่าคู่แข่งซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบของผู้ประกอบการได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน 2) วิสาหกิจท่องเที่ยวเพื่อสังคม และ 3) ธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อสังคม ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบ มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ มุ่งสร้างรายได้เสริมอย่างยั่งยืนให้กับคนในชุมชนโดยการจัดการของคนในชุมชน (กรมพัฒนาชุมชน, 2561) ดังนั้น ก่อนที่ชุมชนจะเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้นั้น ชุมชนจำเป็นต้องเข้าใจ กระบวนการและขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน อันเป็น หนทางสู่การยกระดับชุมชนผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้มีความน่าเชื่อถือต่อนักท่องเที่ยวและองค์กรสนับสนุนต่าง ๆ ซึ่งคณะผู้เขียนได้สังเคราะห์กระบวนการและขั้นตอน การพัฒนาจาก (มาลิณี ศรีไมตรี, 2562, น.53-65; ชูศักดิ์ อินทมนต์ และศรัณยา เลิศพุทธรักษ์, 2562, น.81-103) ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลง เป็นกระบวนการและขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น เริ่มขึ้นจากความต้องการเปลี่ยนแปลงของคนในชุมชน และ พัฒนาการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นรูปแบบใหม่ ๆ ที่สัมพันธ์กับ องค์กร เชื่อมโยง กับสถานการณ์ภายนอก โดยมีผลตอบแทนในรูปแบบของการประสบความสำเร็จและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุดแก่ชุมชน

2. ขั้นเตรียมความพร้อม ชุมชนต้องเตรียมความพร้อมทั้งในด้านของทุนมนุษย์และห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของชุมชน (Supply chain) ตลอดจนพิจารณาสิ่งแวดล้อมที่กระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการ หากมีนวัตกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้วจะเกิดผลกระทบด้านดีและด้านลบต่อผู้ประกอบการรายรอบอย่างไร อาทิ ชุมชนท่องเที่ยวใกล้เคียง หน่วยงานปกครองระดับท้องถิ่น นักท่องเที่ยว หรือคนในชุมชน วิเคราะห์ด้านการเป็นผู้ประกอบการ วิเคราะห์ด้านการจัดการความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว

3. ขั้นปฏิบัติการ จากนั้นชุมชนเลือกรูปแบบนวัตกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับศักยภาพตนเอง ว่าชุมชนของตนเองเหมาะสมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการรูปแบบใด ได้แก่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน (Tourism Community Entrepreneur : TCE) วิสาหกิจท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Tourism Social Enterprise : TSE) และธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Tourism Social Business : TSB) รวมไปถึงวิสัยทัศน์และพันธกิจของชุมชน ซึ่งการเลือกรูปแบบนวัตกรรมผู้ประกอบการที่เหมาะสมนั้น จะทำให้เกิดคุณค่าทางสังคม เกิดกลไกการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนเกิดความร่วมมือกับ องค์กรอื่น ๆ ที่ต้องการให้ความช่วยเหลือในขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านการจัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนหาแนวทางขับเคลื่อนเชิงนโยบายสู่ภาคีเครือข่าย

อย่างไรก็ตามการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้บนโดยให้การท่องเที่ยวฐานทรัพยากรที่มีอยู่ของชุมชน โดยให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างสูงสุด และเกิดผลกระทบน้อยที่สุด ซึ่งในอนาคตหากชุมชนท่องเที่ยวมีการขยายขยายจากครัวเรือนสู่กลุ่มวิสาหกิจสู่ธุรกิจทางสังคม เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนด้วยการสร้างความสมดุลระหว่างเป้าหมายทางสังคมและเศรษฐกิจจัดปัญหาทางสังคม และลดผลกระทบเชิงลบเชิงพาณิชย์ ที่เข้ามาในชุมชน ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งสามารถสรุปเป็นภาพที่ 3 ดังนี้



ภาพ 3 การพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

บทสรุป

จากการเตรียมความพร้อม การมีส่วนร่วม และการพัฒนาผู้ประกอบการ อันเป็นกระบวนการทั้งหมดที่จะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่จะช่วยยกระดับการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนและแก้ไขปัญหาในระดับสังคมในชุมชน ทั้งยังเป็น การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนทั้งใหม่และเก่า และส่งผลกระทบในด้านบวกแก่ชุมชนหลายมิติ ซึ่งการจะพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นยังต้องให้ ความสำคัญกับมาตรฐานนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน การให้ความสำคัญกับเกณฑ์

มาตรฐานในระดับต่าง ๆ เช่น เกณฑ์มาตรฐานการเดินทางและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
รับผิดชอบและรักษาสีสิ่งแวดล้อม เกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน เกณฑ์มาตรฐาน
การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น อันจะเป็นกรอบและแนวทางในการสร้าง
และพัฒนาวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความยั่งยืนทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม
วิถีชีวิตในชุมชนท้องถิ่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาชุมชน. (2561). เอกสารรายงานผลการสร้างกลุ่มสัมมาชีพชุมชนสู่การเป็น
ผู้ประกอบการชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 2 สิงหาคม 2567 จาก <https://chumchon.cdd.go.th>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2550). คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ :
ศรีเมืองการพิมพ์.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2563). สร้างนวัตกรรมทางการศึกษาด้วยการสร้างนวัตกรรม
ผลกระทบสู่ความยั่งยืน. วารสารวิชาการผลประโยชน์แห่งชาติ. 1(1), 58-65.
- ชัยรัตน์ จุสปาโล และคณะ. (2563). การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
อย่างมีส่วนร่วมบนฐานอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา.
กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม
- ชูศักดิ์ อินทมนต์ และศรีณยา เลิศพุทธรักษ์. (2562). รูปแบบการจัดการธุรกิจนวัตกรรมโฮม
สเตย์ในชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยว. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร. 39(6) , 85-103.
- ประยูร อิมิวัตร์, นำขวัญ วงศ์ประทุม, กฤษณะ สมควร และอรุณี อินเทพ. (2562). นวัตกรรม
การจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนตามแนวทางประชารัฐ
ในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 7(2), 145-
156.
- มาลีนี ศรีไมตรี. (2559). การพัฒนารูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี.
วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 11(2), 53-65.
- รัชมงคล ทองหล่อ และคณะ. (2562). นวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจเคอะมอน
โฮสเทล : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก. Veridian E-Journal, Silpakorn
University ISSN Humanities, Social Sciences and arts. 12(3), 183-198.
- รุ่งรวี จิตภักดี. (2566). นวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรพงศ์ ผูกภู และคณะ. (2564). รูปแบบการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาพื้นที่ต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.

ศิรินทิพย์ กุลจิตรจรี และสุภัทรรศกดิ์ คำสามารถ. (2563). นวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย. 4(3), 217-232.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2558). Community-based Tourism ท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ : โค คูณ แอนด์ โค.

อาศิรา ราชเวียง . (2560). อนาคตผู้ประกอบการในยุค 4.0. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ 12(2), 79-88.

