



นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Innovation and Creativity in Community-Based Tourism Management

พรพิมล ขำเพชร¹ และ รุ่งรวี จิตภักดี²

^{1, 2} สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

Pronpimon Kampetch¹ and Rungrawee Jitpakdee²

^{1, 2} School of Management, Walailak University

(Received: March 9, 2018; Revised: July 3, 2018; Accepted: July 9, 2018)

บทคัดย่อ

บทความนี้ดำเนินการวิจัยเอกสารที่มุ่งนำเสนอความรู้เกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่นำมาประยุกต์ใช้ในบทบาทของชุมชน ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาและวิเคราะห์ ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นหลักการทำงานการคิดค้นงานเพื่อแก้ไขปัญหาโดยใช้เหตุและผลควบคู่ไปกับการคิดเชิงบวกในการสนับสนุนให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีปัจจัยที่เอื้อจากภายในชุมชน ได้แก่ การมีส่วนร่วม การอนุรักษ์ และการจัดการ ขณะที่ปัจจัยเอื้อภายนอกชุมชน ได้แก่ เครือข่าย และเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจัยดังกล่าวนี้ผลักดันให้การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ: 1) นวัตกรรม 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

This research not only focused on the meaning, importance and creativity of community - based tourism but also the successful factors for community - based tourism, which can be adapted with community roles. The research was conducted by qualitative approach, and literature review was used in the research. The results showed that the innovation and creativity in community - based tourism were the main factors which people were supposed to have along with reasons and results including a positive mind. Moreover, there should be internal supports from the locals such as participation, conservation and management. Furthermore, external supports are equally important, such as connections and information technology. These factors will unitedly push the community - based tourism to success.

Keywords: 1) Innovation 2) Creativity 3) Community Based Tourism

¹ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ (Ph.D. Student, Department of Business Administration)

Email: hondew@hotmail.com

² รองคณบดีฝ่ายบริหารวิชาการ (Associate Dean for Academic Administration)



บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ก่อเกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ มีการจ้างงาน สร้างอาชีพ รวมทั้งกระจายรายได้ไปถึงส่วนภูมิภาค (Somboonpol, 2015, p. 113) เห็นได้จากในไตรมาสที่ 4 ปี 2559 ประเทศไทยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยจำนวน 7.7 ล้านคน ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติที่มีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน มาเลเซีย และรัสเซีย เป็นต้น สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำนวน 400,436.63 ล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2017, p. 18) ก่อปรกับประเทศไทยมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ได้รับการกล่าวขานว่าเป็น “สยามเมืองยิ้ม” (Land of Smile) ทำให้ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงระดับโลกในเรื่องความงดงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และน้ำใจของคนไทย (Pongsakornrungsilp, 2006, p. 379)

ในปัจจุบันในยุคโลกาภิวัตน์ เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมาย ไม่ว่าจะเป็นความเจริญทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ที่นำความหลากหลายทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทำให้รูปแบบของการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น จนพฤติกรรมของผู้เยี่ยมเยือนที่เปลี่ยนไปจากการแสวงหาความบันเทิงมาเป็นแสวงหาประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ได้แก่ รูปแบบผู้เยี่ยมเยือนกลุ่มสุขนิยม เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีความคิดเปิดกว้าง รักษาทรัพยากรธรรมชาติ หรือผู้เยี่ยมเยือนกลุ่มอนุรักษ์ วัฒนธรรม ที่สนใจอารยธรรมเก่าแก่ ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นต้น (Sittanon and Prajaknad, 2017, p. 9) จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมเยือน ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมเยือน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวโดยชุมชน Community Based Tourism เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษาวิถีชีวิตของผู้คน ศึกษาวัฒนธรรม ความเชื่อ และมีกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน (Ongoagthanasan, 2008, p. 10)

หากชุมชนสามารถดำเนินการบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนระบบการท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) ให้ระบบเศรษฐกิจไหลผ่านมายังชุมชนในชนบท (Pongsakornrungsilp, 2014, p. 650) ซึ่งในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นในอนาคต เป็นการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และก่อให้เกิดประโยชน์แก่คนในท้องถิ่น หากมองในแง่การตลาดนับว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Sarobon and Wongtabtim, 2003, p. 10) จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นทางเลือกใหม่ของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบใหม่ให้แก่ผู้เยี่ยมเยือน เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนท้องถิ่น (Richards and Wilson, 2006, p. 1209) สามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับผู้เยี่ยมเยือนที่มาร่วมเรียนรู้ จนเกิดความประทับใจเมื่อเข้ามาเยือน สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน มุ่งเน้นและให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างคามยั่งยืนให้แก่ทรัพยากรธรรมชาติ สังคม ตลอดจนวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจึงเสาะแสวงหา “ความจริงแท้” เอกลักษณะหรืออัตลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ ต้องการมีส่วนร่วมในการได้ลงมือเพื่อสร้างสรรค์ความยั่งยืน เช่น การร่วมปลูกป่า สร้างฝาย พัฒนาชุมชน เป็นต้น อีกทั้งการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถสร้างรายได้เกิดการจ้างงาน มีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น นำไปสู่เศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง (Jitpakdee and Thapa, 2012, p. 153) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องยึดชุมชนเป็นหลักในการพัฒนาโดยต้องคำนึงถึงปัญหาและความต้องการของชุมชนเป็นสำคัญ และพัฒนาทุกด้านไปพร้อม ๆ กัน อย่างค่อยเป็นค่อยไป ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นสิ่งใหม่สำหรับชุมชนที่จะนำทรัพยากรของชุมชนมาปรับเปลี่ยนเป็นสินค้า กระบวนการ หรือบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชน ซึ่งการปรับเปลี่ยนสิ่งใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า บริการ และหรือเกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจเรียกว่า “นวัตกรรม” (Aujiapongpan, 2011, p. 273)



เป็นที่ทราบกันว่า นวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Poon, 1993, p. 180) ซึ่งนวัตกรรมได้สร้างสินค้าใหม่ให้การท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือแม้กระทั่งนวัตกรรมสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและสามารถลดต้นทุนในการให้บริการ เช่น การขายบัตรของขั้วรายการนำเที่ยวผ่านทางออนไลน์ เป็นต้น แม้ว่านวัตกรรมเป็นเรื่องที่สำคัญ แต่สำหรับภาคการท่องเที่ยวนั้น ภาคการท่องเที่ยวยังไม่สามารถสร้างนวัตกรรมได้มากพอ โดยเฉพาะนวัตกรรมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ไม่มีการสร้างนวัตกรรมต่าง ๆ ขึ้นมาให้เห็นอย่างชัดเจน อาจเนื่องมาจากงบประมาณที่ไม่ได้รับการจัดสรรอย่างทั่วถึง หรือแม้ส่วนของชุมชนที่ยังไม่มีความเข้าใจประโยชน์ของนวัตกรรมที่ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความคิดสร้างสรรค์ หากแต่ความคิดสร้างสรรค์อย่างเดียวไม่สามารถแปลงเป็นนวัตกรรมได้ ต้องอาศัยส่วนประกอบอื่น ๆ เพื่อทำให้ความคิดนั้นเป็นสินค้า กระบวนการผลิต และการบริการรูปแบบใหม่ (Amabile, et al., 1996, p. 1154)

ปัญหาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถสร้าง และหรือทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมได้นั้น เนื่องจากสาเหตุประการแรกคือ การที่รัฐบาลส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควรจึงทำให้การจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวมีไม่มากพอเมื่อเทียบกับการลงทุนนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการผลิตอื่น และสาเหตุประการที่สอง คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางที่โดยส่วนใหญ่มีห่วงโซ่อุปทานที่มีความสัมพันธ์กับหลายธุรกิจ เช่น การขนส่ง การโรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น ธุรกิจเหล่านั้นจึงมักมีการตัดราคากันเอง ทำให้สินค้าท่องเที่ยวส่วนมากด้อยคุณภาพ (Keller, 2003, p. 3)

ดังนั้นการให้ความสำคัญกับความเป็นชุมชนผ่านประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นอยู่วิถีชีวิตที่เห็นถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่กับการอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และเชื่อมโยงจนเกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน จนเกิดเป็นนวัตกรรมในการจัดการการท่องเที่ยว (Chinachot and Chantuk, 2016, p. 250) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะให้กับชุมชน รวมทั้งประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยว และผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อชุมชนท่องเที่ยวเดิมและที่จะเกิดใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)

วัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้ของปัจจัยที่มีผลต่อนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วิธีการดำเนินการวิจัย (Methods)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิธีการวิจัย (Methodology) ที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ ผลงานวิจัย และบทความทางวิชาการโดยใช้คำสำคัญในการสืบค้น คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism) นวัตกรรม (Innovation) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งภายในประเทศและจากต่างประเทศ รวมทั้งข้อมูลทางวิชาการที่ได้จากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือทางเว็บไซต์ต่าง ๆ จากฐานข้อมูล ได้แก่ Science Direct, Emerald, IXEE และ Google Scholars เป็นต้น โดยค้นคว้าเอกสาร ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2560 และมุ่งเน้นศึกษาแนวคิด ปรัชญา ความหมาย และปัจจัยแห่งความสำเร็จที่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อใช้เป็นองค์ความรู้พื้นฐานในการสร้างกรอบแนวคิดการนวัตกรรมการสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน



ผลการศึกษา (Results)

จากการศึกษาและสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร โดยการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อนำไปสู่กรอบโมเดลนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism)

การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ให้นิยาม ความหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีจุดเริ่มต้นที่เกิดจากคนในชุมชนหลัก ยกตัวอย่างเช่น งานของ SuanSri (2003, p. 25) อธิบายว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน ตั้งอยู่บนฐานคิดว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน สอดคล้องกับ Fennell (1999, p. 20) อธิบายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ช่วงชิงการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน หากแต่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นให้มากที่สุด ด้วยการใช้นวัตกรรมในชุมชนเท่าที่จำเป็น และที่สำคัญยังต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันกับคนในชุมชน สำหรับ Kampetch and Jitpakdee (2017, p. 564) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ใช่แค่รูปแบบการท่องเที่ยว หากแต่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน พัฒนาชุมชน และสร้างระบบการทำงานแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเจ้าของทรัพยากรคือสมาชิกในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เกิดการเรียนรู้ และมีผลประโยชน์ร่วมกัน อย่างที่ Sarobon and Wongtabtim (2003, p. 12) ได้เสนอแนะประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มองการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง ดึงปัจจัยหรือต้นทุนในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยที่ฐานการพัฒนาแท้จริงควรมาจากสมาชิกในชุมชน ใช้ฐานทรัพยากรหรือต้นทุนของชุมชน

ได้แก่ ทุนทางธรรมชาติ (Natural Resources Capital) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture Capital) ทุนทางภูมิปัญญา (Wisdom Capital) ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital) ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการเข้าใจความแตกต่างข้ามวัฒนธรรม ไม่มองว่าใคร “เจริญกว่า” และใคร “ด้อยกว่า” สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ดีต่อกัน

1) องค์ประกอบและความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Thailand Community Based Tourism Institute (2012) ได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีองค์ประกอบ 4 ด้านสำคัญที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

(1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนของตน เพื่อนักท่องเที่ยวได้สัมผัสทรัพยากรต่าง ๆ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ที่มีอยู่ตามธรรมชาติในท้องถิ่น

(2) ด้านองค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญ ในการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คนภายนอกได้รับรู้ การที่มีผู้เยี่ยมชมเยียนสนใจในทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และหรือวิถีชีวิต สร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยี่ยมชม (Asker, et al, 2010, p. 3)

(3) ด้านการบริหารจัดการ เป็นการวางแผน ออกแบบ และการจัดการพื้นที่ที่เป็นผู้กำหนด กฎ กติกาในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน โดยที่ผลประโยชน์สามารถกระจายได้ทั่วถึง มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชุมชน และคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่น ที่มุ่งให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวไปสู่การกระจายรายได้ และผลกำไรที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้เกิดกับชุมชนอย่างแท้จริง (Sproule, 1996, p. 233)

(4) ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างความรู้และความเข้าใจในวิถีการดำรงชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้าน ความสำคัญ

ต่อการพัฒนาบุคลากร ที่มีส่วนช่วยให้บุคลากรภายในชุมชน ได้รับโอกาสการฝึกอบรม เพื่อสร้างทักษะความรู้ ความเข้าใจ อาจในลักษณะการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างสมาชิกด้วยกันหรือกับบุคคลอื่น ๆ เช่น ผู้เชี่ยวชาญที่อยู่นอกเครือข่ายชุมชน นักวิชาการ บุคลากรของรัฐ เป็นต้น

สอดคล้องกับ Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (2015) ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดจากการพัฒนาตามหลักเกณฑ์ Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีการจัดการอย่างยั่งยืน 2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น สังคมและคุณภาพชีวิต 3) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ 5) ด้านบริการและความปลอดภัย

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเน้นการสัมผัสวิถีชีวิตที่เรียบง่าย และการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติของชุมชน ซึ่งเป็นจุดดึงดูดให้ผู้เยี่ยมชมเยือนเข้ามาในชุมชน สามารถสร้างรายได้หลักและรายได้เสริมให้กับชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติสู่การแก้ปัญหาความยากจน พร้อมกับพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน หากชุมชนท้องถิ่นสามารถดึงดูดสภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการผู้เยี่ยมชมควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างสมดุลให้กับชุมชนมีความยั่งยืนต่อไป

2) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

(1) การมีส่วนร่วม (Participation)

ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต้องงานพัฒนาของชุมชนให้บรรลุสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Arnstein, 1969, p. 216; Cohen and Uphoff, 1980, p. 231)

โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนเป็นฝ่ายตัดสินใจ กำหนดปัญหาและความต้องการของประชาชน ได้อย่างแท้จริง เสริมพลังอำนาจให้แก่ประชาชน/กลุ่มองค์กรชุมชน ให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการทรัพยากร การมีส่วนร่วมแกนหลักต้องมาจากความต้องการของชุมชนในการกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหา ผ่านการแสดงความคิดเห็นร่วมวางแผนจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Supani, 2013, p. 30) สำหรับกระบวนการมีส่วนร่วม Singhal (2001, p. 31) ให้ความสำคัญกับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) การร่วมมือ (Co-Operation) หรือการทำงานบนความร่วมมือของคนในท้องถิ่น (Working on Local People) มีความเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกตัวแทน 2) การยินยอม (Compliance) หรือการทำงานเพื่อคนในท้องถิ่น (Working for the Local) เป็นการมอบหมายภารกิจ/หน้าที่ พร้อม ๆ กับการเสนอสิ่งกระตุ้นเร้าใจต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม บุคคลภายนอกทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดวาระสำคัญและทิศทางการดำเนินกระบวนการต่าง ๆ 3) การให้คำปรึกษา (Consultation) หรือการทำงานเพื่อคนในท้องถิ่นกับบุคคลในท้องถิ่น (Working for the Local People and with Local People) เป็นการสอบถามความคิดเห็นต่าง ๆ ของสมาชิกในชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม บุคคลภายนอกยังคงทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลและมีอำนาจในการตัดสินใจลงมือกระทำกิจกรรมต่าง ๆ 4) การให้ความร่วมมือ (Cooperation) หรือการทำงานกับคนในท้องถิ่น (Working with the Local People) โดยที่สมาชิกในชุมชนและบุคคลภายนอกทำงานร่วมกันเพื่อแสวงหาแนวทางที่เหมาะสม โดยในกรณีนี้บุคคลภายนอกมีบทบาทหน้าที่เฉพาะด้านการสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางต่าง ๆ ในการดำเนินการ ในขณะที่บุคคลในท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจดำเนินงาน 5) การเรียนรู้ร่วมกัน (Co-Learning) หรือการทำงานกับบุคคลในท้องถิ่นและบุคคลในท้องถิ่น (Working with Local People and by the Local People) เป็นการที่สมาชิกในชุมชนและบุคคลภายนอกแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจต่าง ๆ ร่วมกันและทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อช่วยกันกำหนดแผนการดำเนินกิจกรรมโดยบุคคลภายนอกทำหน้าที่สนับสนุนให้เกิดการ



ขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกในชุมชน
6) การลงมือกระทำร่วมกัน (Collective Action) หรือการทำงานโดยบุคคลในท้องถิ่น (By the Local People) เกี่ยวข้องกับสมาชิกในท้องถิ่นเป็นผู้กำหนดวาระของตนและขับเคลื่อนวาระดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติโดยปราศจากความคิดริเริ่มจากบุคคลภายนอกหรือการสนับสนุนกระบวนการโดยบุคคลภายนอก

จะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ให้ความสำคัญกับชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมกันตัดสินใจหรือการร่วมดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรม เพื่อเพิ่มประสบการณ์การดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน (Voratitipong, 2009, p. 15; Mukda, 2014, p. 55)

(2) การอนุรักษ์ (Conservation)

การอนุรักษ์เป็นการรู้จักใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน ในความหมายของการอนุรักษ์ได้มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้ความหมาย ได้แก่ Ruangpanit (1999, p. 310) การอนุรักษ์ หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด ให้เป็นประโยชน์ต่อมหาชนมากที่สุด ใช้ได้เป็นเวลายาวนานที่สุด ซึ่งต้องสูญเสียทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์น้อยที่สุด และต้องกระจายการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรโดยทั่วถึงกันด้วย ต่อมา Jankaew (2001, p. 93) อธิบายว่า “การอนุรักษ์” หมายถึง การเก็บรักษา สงวน ซ่อมแซม ปรับปรุง และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อจะได้เอื้ออำนวยให้คุณภาพสูงในการสนองความเป็นอยู่ของมนุษย์ตลอดไป หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เป็นการใช้ตามความต้องการและประหยัดไว้เพื่อใช้ในอนาคต ขณะที่ Choomanee (2014, p. 175) กล่าวว่า “การอนุรักษ์” หมายถึง การจัดการเพื่อใช้ประโยชน์อย่างชาญฉลาด เน้นที่การรักษาไว้ให้ชนรุ่นหลังได้ดูหรือใช้ประโยชน์ด้วย โดยการใช้ที่ไม่ทำลายทรัพยากรจะต้องไม่ก่อผลกระทบ จนทำให้ทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ เปลี่ยนรูปหรือเสื่อมโทรมลง ดังนั้นสรุปได้ว่าการอนุรักษ์ หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รักษาและฟื้นฟูทรัพยากรเหล่านั้นให้คงอยู่ตลอดไป

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ตั้งทรัพยากรของชุมชน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้เยี่ยมชม หากทรัพยากรเหล่านั้นเกิดความเสื่อมโทรมหรือสูญหายไป ก็จะไม่เป็นที่ดึงดูดแก่ผู้เยี่ยมชม ดังนั้นหน้าที่สำคัญที่คนในชุมชนคือ การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม อยู่บนพื้นฐานสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการฟื้นฟูและอนุรักษ์สภาพแวดล้อม (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2015) ยกตัวอย่างเช่น Poonak (2016, p. 63) ศึกษาชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม Sawangpanapan (2012, p. 150) ศึกษาชุมชนตาลโตนด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัญหาที่ชุมชนให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัญหาล้างแ้วดล้อม เนื่องจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ผลกระทบด้านคุณภาพอากาศ คุณภาพน้ำ ผลกระทบต่อความเสียหายด้านพันธุ์ไม้ ผลกระทบต่อจำนวนสัตว์ป่าลดลง หรือทำให้สัตว์มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลง การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพน้ำลดลง พันธุ์ไม้และสัตว์ที่อาศัยอยู่ก็มีปริมาณลดลง ทั้งนี้การฟื้นฟู และการอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี รวมทั้งการรู้จักใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าและเป็นประโยชน์แก่คนในชุมชน (Jiraphan, 2011, p. 34)

(3) การจัดการ (Management)

การจัดการเป็นกระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในองค์กร ร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ขั้นตอนในการจัดการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน จัดองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม

สำหรับปัจจัยด้านการจัดการต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Thongchin, 2015, p. 240) ได้ศึกษา

การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีอยู่ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านศักยภาพของคน ด้านศักยภาพของพื้นที่ ด้านการจัดการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งชุมชนเกาะลันตา สามารถจัดการท่องเที่ยวได้ดีในระดับหนึ่ง แต่ยังมีอีกหลายประเด็นที่ยังต้องปรับปรุงแก้ไข ได้แก่ ด้านศักยภาพของคน ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการดูแล และรับมือกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวขึ้น โดยสาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น ผู้นำชุมชนไม่มีความเข้มแข็ง ขาดการบริหารงานแบบมืออาชีพ ไม่สามารถดึงศักยภาพของชาวบ้านในชุมชนมาใช้ในการทำงานร่วมกันได้ดีเท่าที่ควร อีกทั้งชาวบ้านในชุมชนไม่ให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

(4) เครือข่าย (Network)

ระบบเครือข่ายมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างขีดความสามารถและเพิ่มประสิทธิภาพ เป็นการเชื่อมโยงกับบุคคลอื่นผ่านความสัมพันธ์เพื่อเป้าหมายเดียวกัน Prell, Hubacek and Reed (2009, p. 501) ทำให้ระบบเครือข่ายมีความสำคัญสำหรับการวางแผนการจัดการทรัพยากรในระยะยาว ต่อการแก้ไขปัญหา ระบบเครือข่ายเริ่มต้นโดยการสร้างกลุ่มเป็นเครือข่ายผ่านการสนับสนุนการดำเนินการร่วมกัน เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในเครือข่ายจะมีผลต่อข้อมูลและการหมุนเวียนทรัพยากรโดยได้รับการแลกเปลี่ยนกันในเครือข่ายเกิดการแบ่งปันข้อมูล การสื่อสารกันแบบมีประสิทธิภาพตามความซับซ้อนของข้อมูล และมีโอกาสที่จะเกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน โดยเครือข่ายเป็นความสัมพันธ์ที่มีการติดต่อสื่อสารตลอดเวลา (Granovetter, 1973, p. 50) ดังนั้นการสร้างเครือข่ายจะทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสพการณ์และทักษะต่าง ๆ ระหว่างกัน ช่วยเพิ่มโอกาสในการแก้ไขปัญหา ซึ่งสมาชิกเครือข่ายแต่ละกลุ่มมีปัญหาและประสพการณ์ทั้งที่เหมือนกันและต่างกัน เมื่อมาเป็นเครือข่ายจะช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาที่ตนเองเคยประสบให้กับสมาชิกกลุ่มอื่นได้ สู่การพึ่งพาตนเองได้ทั้งในเรื่องของทุน ทรัพยากร ความรู้ และการจัดการ จากการรวมตัวกันเป็นเครือข่าย

ก่อให้เกิดการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นร่วมกันของสมาชิกเครือข่าย ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนและสิ้นเปลืองทรัพยากร ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน

ดังนั้น เครือข่ายสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการประสานความร่วมมือระหว่างบุคคล กลุ่มและองค์กร ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวและเชื่อมโยงขยายผลการดำเนินงาน และหรือแนวคิดไปสู่กลุ่มหรือองค์กรอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างพลังในการแก้ไขปัญหาและการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกันของทุกฝ่าย เพื่อให้การรวมเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ จะช่วยให้การจัดการบริการผู้เยี่ยมชมเป็นไปตามศักยภาพในการรองรับและสอดคล้องกับความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ ลดความขัดแย้งหรือการมุ่งแข่งขันทางธุรกิจกันเองที่ทำให้เกิดการแย่งชิงผู้เยี่ยมชม ทั้งช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเป็นการสร้างแนวทางการเติบโตในระยะยาวอย่างยั่งยืน

(5) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

จากผลงานของ Sheldon (1997, p. 80) กล่าวถึงเทคโนโลยีสารสนเทศคือเส้นชีวิตของอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลของธุรกิจย่อยในห่วงโซ่อุปทานของภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เกิดการสร้างนวัตกรรมบริการท่องเที่ยว ผ่านกระบวนการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกลุ่มผู้เยี่ยมชมและผู้ให้บริการ อีกทั้งยังสามารถช่วยในการลดต้นทุนต่าง ๆ ได้อย่างมาก และที่สำคัญเทคโนโลยีสารสนเทศยังทำให้เกิดการพัฒนาบริการแบบใหม่ และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับที่ Porter (1985, p. 60) เสนอแนะประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจใหม่ ๆ โดยพยายามลดค่าใช้จ่ายหรือปรับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของตน ธุรกิจควรต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพอำนวยความสะดวกในการพัฒนาธุรกิจ สำหรับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับการท่องเที่ยว



โดยชุมชน ได้มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเครื่องมือสำหรับการดำเนินงานของเครือข่าย การท่องเที่ยวโดยชุมชน อันได้แก่ ระบบข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ ระบบคลังความรู้ ระบบโปรแกรมทัวร์ ระบบจองทัวร์ เป็นต้น (Tungseng, Matthayomburut and Sreesoompong, 2016, p. 67) หรือเป็นใน ลักษณะคลังความรู้ของเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยชุมชน สำหรับผู้เยี่ยมชมเพื่อใช้ในการตัดสินใจ และเตรียมความพร้อมก่อนการเดินทาง (Yoopetch, 2012, p. 5) Trirat, et al. (2014, p. 248) นำระบบ Green Map มาเป็นเครื่องมือในการจัดการทรัพยากร ทางการเกษตรสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับ Davison, et al., (2003, p. 1402) ศึกษาการนำ E-Commerce มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชน หรือแม้แต่บางประเทศที่ให้ความสำคัญ เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศกับชุมชนจัดเป็นศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน (Telecentre) เช่น ในประเทศจีน จังหวัด Xinjiang ชุมชน Bai Yang Gou Valley Tourist Region ในประเทศมาเลเซีย รัฐ Sarawak ชุมชน Bario หรือในประเทศเวียดนาม จังหวัด Bac Kan ชุมชน Bac Kan Ba Be Lake National Park เป็นต้น จึงเป็นเหตุผลที่ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในปัจจุบันของภาคธุรกิจ การท่องเที่ยว รวมทั้งชุมชนที่ดำเนินการท่องเที่ยว โดยชุมชนได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสื่อในการ ประชาสัมพันธ์ หรือแนะนำชุมชนของตนโดยตรงกับ นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวของชุมชน ได้อย่างสะดวกขึ้น

2. นวัตกรรม (Innovation) และความคิด สร้างสรรค์ (Creativity) กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

“นวัตกรรม” หรือ “Innovation” มาจาก คำกริยาในภาษาอังกฤษว่า Innovate ซึ่งมีรากศัพท์ มาจากภาษาละตินว่า Innovare ซึ่งแปลว่า “To Renew” หรือ “ทำขึ้นมาใหม่” “นวัตกรรม” หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจาก ของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัย และใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดี มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วย ประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย “นวัตกรรม”

เป็นกระบวนการนำความคิดใหม่ ปักจ้ยใหม่สินค้าใหม่ การบริการใหม่ การปฏิบัติใหม่เข้าสู่ปฏิบัติการ ของหน่วยงาน องค์กร บริษัท สถาบัน เพื่อให้เกิด ประโยชน์หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงที่ให้คุณแก่ ผู้เกี่ยวข้องในสังคมวงกว้าง ทั้งนี้โดยไม่จำเป็นต้อง เป็นอะไรใหม่เอี่ยมทั้งหมด แต่อาจเป็นเพียงบางส่วน ซึ่งต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่พึงปรารถนา หรือ เกิดการทำลายที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง “นวัตกรรม” เป็นกุญแจไขไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่มีแนวโน้ม ในทางบวกมากขึ้น (Aujirapongpan, 2011, p. 237)

นวัตกรรมมีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องโดยตรงกับ ความคิดสร้างสรรค์ และยังต้องอาศัยส่วนอื่น ๆ เพื่อ ทำความคิดให้เป็นสินค้า กระบวนการ และการบริการ รูปแบบใหม่ (Amabile, et al., 1996, p. 1154) กล่าวคือ การนำเสนอสิ่งใหม่อันได้แก่ สินค้าใหม่ วิธีการใหม่ การเปิดตลาดใหม่ เป็นต้น ที่ซึ่งเป็นการนำ ความคิดใหม่มาเป็นสินค้า กระบวนการ โดยการสร้าง เพิ่มมูลค่า (Schumpeter, 1934, p. 35) ทำให้นวัตกรรมสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงจากเดิม โดยสิ้นเชิง (Breakthrough Innovation) จากการนำ เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์สินค้า กระบวนการ และการบริการขึ้นมา หรือการพัฒนา ต่อยอดสินค้า กระบวนการ และการบริการเดิมที่มี อยู่แล้ว ปรับเปลี่ยนเพียงเล็กน้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า ที่เรียกว่า นวัตกรรมส่วนเพิ่ม (Incremental Innovation) (Tuschman and Anderson, 1986, p. 439) อย่างไรก็ตาม นักวิชาการหลายท่านที่ได้ จำแนกประเภทของนวัตกรรมอาจตามลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ ยกตัวอย่างเช่น Smith (2006, p. 30) นำเสนอ รูปแบบของนวัตกรรม คือ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับ คนหรือผู้บริโภค เช่น เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น เป็นต้น ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่จะเกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับ ส่วนประกอบ (Components) และระบบ (System) 2) นวัตกรรมด้านบริการ (Services Innovation) เช่น ประเภทของนวัตกรรมด้านบริการไม่สามารถจับต้อง ได้เหมือน Product Innovation จะเป็นรูปแบบของ การให้บริการ เช่น การเปลี่ยนแปลงของบริการด้าน การเงินของธนาคาร 3) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมประเภทนี้ Smith



อธิบายไว้ว่า นวัตกรรมประเภทนี้ถ้าเกิดขึ้นจะมีผลกระทบต่อสังคมกว่านวัตกรรมสองประเภท

ส่วนความคิดสร้างสรรค์มีความแตกต่างจากแนวคิดนวัตกรรมคือ ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการระดับบุคคลหรือทีม ในขณะที่นวัตกรรมคือกระบวนการระดับองค์การเป็นความสำเร็จของการนำความคิดสร้างสรรค์ไปปฏิบัติ (Amabile, 1999, p. 79) ความคิดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของความคิดของมนุษย์ที่หลากหลาย โดยบุคคลสามารถคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่งออกไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดเป็นความคิดเชิงบวก เช่น การคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่เป็นต้น (Guilford, 1980, p. 715) ซึ่งความคิดเหล่านี้เป็นทักษะขั้นสูง และมีกระบวนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอนของสมองประกอบด้วย การคิดริเริ่ม การคิดเร็ว (คิดอย่างคล่องแคล่ว) การคิดอย่างยืดหยุ่น และการคิดอย่างรอบคอบ ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์สามารถค้นหาความคิดใหม่ อย่่างไรก็ตาม ความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องสลับซับซ้อน ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ความคิดที่แตกต่างกันมาก ๆ เข้าด้วยกัน และขยายขอบเขตความคิดออกไปจากความคิดเดิมที่มีอยู่สู่ความคิดใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน เพื่อค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดให้กับปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้ความคิดสร้างสรรค์ในมิติขององค์กรเป็นกระบวนการของสิ่งแปลกใหม่หรือความคิดที่มีประโยชน์และเหมาะสมเพื่อที่จะใช้ในการแก้ไขปัญหา และเพิ่มประสิทธิภาพ ขณะที่ความคิดสร้างสรรค์ในมิติที่เป็นปัจเจกบุคคล (Individual Creativity) คือลักษณะของบุคคลที่สามารถคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้หลากหลายมุมมอง มีความคิดไหลเลื่อนยืดหยุ่น สามารถเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ได้ดี และมักคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ (Bandansin, 2014, p. 9)

ดังนั้น นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ความคิดที่มาจากการสังสมความรู้ปรับเปลี่ยนให้เป็นความคิดใหม่ เชื่อมโยงให้เกิดความผูกพันกันในระบบที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นต้น ต่อการนำเสนอสินค้ากระบวนการ และการบริการที่เป็นรูปแบบใหม่ ที่เป็นประโยชน์ทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม สำหรับนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ช่วยเพิ่มขีดความสามารถ (Moreau, Kopera and Skulska 2013, p. 5; Kostopoulou, 2013, p. 4578) และเป็นประโยชน์

สำหรับการท่องเที่ยว จากการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ให้คุณค่าใหม่แก่ระบบท่องเที่ยว ที่ช่วยให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและใช้แนวทางใหม่ในการแก้ปัญหาเฉพาะต่อไป ยกตัวอย่างเช่น Binkhorst (2005, p. 7) ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหม่ Sitges ในประเทศสเปนที่สามารถเพิ่มประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว Stolarick, et al. (2010, p. 238) ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ชุมชนแถบทะเลสาบ Ontario ในเขต Prince Edward County ประเทศแคนาดา Seyanont and Somphobskul (2010, p. 20) ศึกษาธุรกิจโฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความเป็นกันเองความเอื้อเฟื้อของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว

สรุปและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นทางเครื่องมือที่ช่วยในการขับเคลื่อนและพัฒนาชุมชนให้อยู่ดีมีสุข โดยที่คนในชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมตัดสินใจในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว ที่มีปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เป็นทั้งปัจจัยแวดล้อมภายในและปัจจัยแวดล้อมภายนอก โดยปัจจัยแวดล้อมภายใน ได้แก่ การมีส่วนร่วม การอนุรักษ์ และการจัดการ ขณะที่ปัจจัยแวดล้อมภายนอกชุมชน ได้แก่ เครือข่าย และเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้นการขับเคลื่อนและการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ชุมชนจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น เป็นที่ทราบกันว่านวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้จากความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในองค์กร นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์จึงกลายเป็นแรงผลักดันที่ชุมชนต้องพัฒนาทุกกิจกรรมของการทำงาน (Bandansin, 2014, p. 9) โดยส่วนใหญ่ต้องยอมรับว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอุปสรรคในการคิดสร้างสรรค์ เช่น คิดสิ่งใหม่ไม่ค่อยออก คิดออกแต่ไปซ้ำกับที่เคยทำมา คิดออกนอกกรอบจากความเคยชินเดิม ๆ ไม่ได้ เป็นต้น เพราะในทาง



ปฏิบัตินั้นการคิดอะไรใหม่ ๆ ไม่ได้เป็นเพียงแค่การปรับเปลี่ยนของผลิตภัณฑ์และการให้บริการเท่านั้น แต่เป็นการผสมผสานระหว่างความเต็มใจนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของชุมชนหรือผู้เป็นเจ้าของ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือน (Pimonsompong, 2006, p. 379) เช่น นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่มีจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้เกิดการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น หมู่บ้าน Santa Claus villages ในแคนาดา สวีเดน และฟินแลนด์ (Peters and Weiermair, 2000, p. 22) หรือสวนสนุก Disneyland ประเทศอเมริกา พยายามทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น (Franch, 2010, p. 45) ส่วนนวัตกรรมด้านกระบวนการเป็นการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สภาพการเดินทางให้มีความสะดวกสบาย และเหมาะกับการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้แตกต่างจากการเดินทางแบบเดิม และนวัตกรรมด้านการบริการ อาจเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่นำเสนอเพื่อการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว เพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว และมีความหลากหลายตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ในประเทศแถบยุโรปนำเสนอกิจกรรมนอกสถานที่ (Outdoor) ให้แก่นักท่องเที่ยว (Bell, et al., 2007, p. 21) เมื่อนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์สามารถนำไปใช้ได้จริงจากการระดมความคิด ค้นหาจุดบกพร่องของผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการเดิม ประกอบกับการประเมินความต้องการหรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตามนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์สำหรับท่องเที่ยวโดยชุมชน รูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างยิ่งไม่ใช่แค่เพื่อการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ แต่พัฒนาในด้านการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น (Smith, 2005, p. 3) โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ที่เป็นหลักการทำงานการคิดคู่ขนานเพื่อแก้ไขปัญหาโดยใช้เหตุและผลควบคู่ไปกับการคิดเชิงบวกเพื่อทำความเข้าใจและเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวให้เห็นเป็นมุมมองชุมชนหรือเจ้าบ้าน (Host) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน บางครั้งอาจจะมี

มุมมองหรือความคิดที่แตกต่างไม่เหมือนกัน โดยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนหรือเจ้าบ้าน ที่ต้องอาศัยมุมมองจากปรากฏการณ์สังคมและทางธุรกิจควบคู่ไปด้วย เพราะการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการประสานเชื่อมโยงธุรกิจต่าง ๆ Pimonsompong (2017, p. 5) และต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างธุรกิจอุตสาหกรรม ที่ร่วมกันผลักดันให้เกิดนวัตกรรมสินค้า นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการบริหาร หรือแม้แต่นวัตกรรมด้านอื่น ๆ โดยที่แหล่งของความคิดสร้างสรรค์มาจาก 3 แหล่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยว บุคคลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยชุมชน และบุคคลจากอุตสาหกรรมที่ไม่เกี่ยวข้อง กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น เพื่อร่วมกันสร้างนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสรุปออกมาเป็นกรอบความคิดปัจจัยสู่ความสำเร็จของนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เปรียบเสมือนดอกไม้ที่ผู้วิจัยสื่อออกมาในรูปแบบจำลองดอกไม้ (Flower Model) ที่มีกลีบดอก อันประกอบด้วย การมีส่วนร่วม การอนุรักษ์ การสร้างเครือข่าย เทคโนโลยีสารสนเทศ และการจัดการ แต่ละปัจจัยต่างยึดโยงและสัมพันธ์กัน เพื่อพัฒนาให้ชุมชนเป็นชุมชนที่สวยงาม และทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนแบ่งบาน มีเสน่ห์ ดึงดูดใจอย่างรักก็ตาม หากกลีบใบอันใดอันหนึ่งล่วงหล่นหายไปแล้ว นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็ยากที่จะสำเร็จ หรืออาจไม่สมบูรณ์แบบ และเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสำหรับนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มีความต้องการของชุมชนโดยแท้จริง ที่มีเครือข่ายจากมีส่วนเกี่ยวข้องทำหน้าที่ชี้แนะ/แนะนำ สนับสนุน ให้คำปรึกษา เพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมให้กับชุมชน ภายใต้การจัดการทรัพยากรของชุมชน นอกจากนี้ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มจากการวิเคราะห์ปัญหา การวางแผนการดำเนินการ การรับผลประโยชน์ รวมทั้งติดตามและประเมินผล เป็นต้น ทุกปัจจัยต้องบูรณาการเข้าด้วยกันเป็นองค์รวม



ภาพ 1 กรอบความคิดแบบจำลองดอกไม้ (Flower Model) ของปัจจัยสู่ความสำเร็จ
นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ที่มา: ผู้วิจัย

บรรณานุกรม (Bibliography)

- Amabile, T. M. (1999). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76(5), 76-87.
- Amabile, T., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. and Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184.
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Planning Association*, 35(4), 216-224.
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N. and Paddon, M. (2010). *Effective community based tourism*. Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Aujirapongpan, S. (2011). A model of autonomous university innovation management. *Songklanakarin: E-Journal of Social Sciences and Humanities*, 17(2), 237-246.
- Bandansin, J. (2014). Develop the creativity toward the nursing service innovation. *Journal of the Royal Thai Army Nurses*, 15(3), 9-17.
- Bell, S., Tyrvaenen, L., Sievanen, T., Probstl, U. and Simpson, M. (2007). Outdoor recreation and nature tourism: A European perspective. *Living Reviews in Landscape Research*, 1(2), 1-46.
- Binkhorst, E. (2005). *Creativity in the experience economy, towards the co-creation tourism experience?*. Retrieved September 10, 2016, from http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf
- Chinachot, P. and Chantuk, T. (2016). Model of creative tourism management in Suan Phueng. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 9(1), 250-268.
- Choomanee, T. (2014). *Pred Nai community tambon Huang Nam Kao Trat province*. Public and Private Management. Burapha University.
- Cohen, J. M. and Uphoff, N. T. (1980). *Participations place in rural development: Seeking clarity through specificity*. New York: World Developments.



- Davison, R., Vogel, D., Gricar, J., Harris, R. and Sorrentino, M. (Lecturer). (June 19-21, 2003). Electronic commerce on the new silk road: Rejuvenating a historical trade network. In **The European Conference on Information Systems** (pp. 1396-1403). Naples: Association for Information Systems.
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration. (2015). **Low carbon tourism**. Bangkok: Cocoon and Co Company limited.
- Franch, M. (2010). **Marketing delle destinazioni turistiche. Metodi, approcce strumenti**. Italy: McGraw Hill Education.
- Fennell, D. A. (1999). **Tourism ethics**. Canada: Brock University.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. **The American Journal of Sociology**, 78(6), 1360-1380.
- Guilford, J. P. (1980). Cognitive styles: What are they?. **Journal of Educational and Psychological Measurement**, 40(3), 715-735.
- Jankaew, K. (2001). **Environmental science**. Bangkok: Kasetsart University Press.
- Jiraphan, W. (2011). **Ecotourism**. Bangkok: Seangdow.
- Jitpakdee, R. and Thapa, G. B. (2012). Sustainability analysis of ecotourism on Yao Noi island, Thailand. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 25(2), 153-158.
- Kampetch, P and Jitpakdee, R. (Lecturer). (November 24, 2017). Success factors for management by community based tourism to sustainable. in **Proceeding of The 7th STOU National Research Conference** (pp. 564-575). Bangkok: Sukhothai Thammathirat University.
- Keller, P. (2003). Conclusions of the conference on innovation and growth in tourism. (September 18-19, 2003). in **Conference on Innovation and Growth in Tourism** (pp. 1-6). Lugano: Swiss State Secretariat for Economic Affairs.
- Kostopoulou, S. (2013). On the revitalized waterfront: Creative milieu for creative tourism. **Sustainability**, 5(11), 4578-4593.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). **Thailand: Visitor exports and international tourist arrivals**. Retrieved September 1, 2017 from http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265
- Moreau, E. B., Kopera, S. and Skulska, E. W. (2013). The role of creativity in development of innovation in tourism. **Journal of Entrepreneurship Management and Innovation (JEMI)**, 9(1), 5-15.
- Mukda, M. (2014). People participation in ecotourism management of in Umphang district, Tak province. **SDU Research Journal Sciences and Technology**, 10(3), 55-73.
- Ongoagthanasan, C. (2008). **Conceptual tourism: Reproductive or innovative**. Retrieved September 10, 2016, from http://www.etatjournal.com/upload/241/5_Thematic_Tourism.pdf
- Peters, M. and Weiermair, K. (2000). Tourist attractions and attracted tourists: How to satisfy today's 'fickle' tourist clientele?. **The Journal of Tourism**, 11(1), 22-29.
- Pimonsompong, C. (2006). **Planning and development of the tourism market**. Bangkok: Kasetsart University Press.



- Pimonsompong, C. (2017). Tourism research: Principle to practice in social reflective perspective. **Journal of Business Economics and Communication**, 12(1), 1-5.
- Pongsakornrunsilp, P. (2006). Tourism images of Nakhon Sri Thammarat province in tourists's aspects. **Songklanakarin: E-Journal of Social Sciences and Humanities**, 12(3), 379-391.
- Pongsakornrunsilp, P. (2014). The management of sustainable community-based tourism: The case of Ban Kokekrai, Phang Nga province. **Veridian E-Journal**, 7(3), 650-665.
- Poonak, W. (2016). The potentials of Amphawa community in managing community-based tourism of the Amphawa floating market. **Academic Services Journal Prince of Songkla University**, 26(1), 63-74.
- Poon, A. (1993). **Tourism technology and competitive strategies**. Wallingford: Cab International.
- Porter, M. (1985). Technology and competitive advantage. **Journal of Business Strategy**, 5(3), 60-70.
- Prell, C., Hubacek, K. and Reed, M. (2009). Stakeholder analysis and social network analysis in natural resource management. **Internet Society**, 22(6), 501-518.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. **Tourism Management**, 27(6), 1209-1223.
- Ruangpanit, N. (1999). **The conservation of natural resource and environment**. Bangkok: Green Fence.
- Sarobon, S. and Wongtabtim, U. (2003). **Community-based tourism conceptualized and experienced from North Thailand**. Chiang Mai: Vanida Press.
- Sawangpanapan, K. (2012). **Sustainable tourism potential of the Tan Tanod: A case study of Tan Tanod community, Tham Rong sub district, Ban Lat district, Phetchaburi province**. Master thesis M.A., Cultural Resource Management Silpakron University, Bangkok.
- Schumpeter, J. (1934). **The theory of economic development**. Cambridge, M.A.: Harvard University Press.
- Seyanont, A. and Somphobskul, P. (2010). **A value creation in sustainable tourism of homestay business: case study of homestay at Ampawa floating market area in Samutsonkhram province**. Bangkok: University of the Thai Chamber of Commerce.
- Sheldon, P. (1997) **Tourism information technology**. New York: CAB International.
- Singhal, A. (2001). **Facilitating community participation through communication for social change**. New Delhi: Sage.
- Sittanon, K. and Prajaknad, P. (2017). Thai tourists' lifestyle, online media use and purchasing intention of tourism products and services. **Journal of communication and management NIDA**, 2(1), 1-17.
- Smith, D. (2006). **Exploring innovation**. Berkshire: McGraw-Hill Higher Education.
- Smith, M. (2005). Tourism, culture and regeneration: Differentiation through creativity. In Swarbrooke, J., Smith, M., and Onderwater, L. (eds), **Tourism, creativity and development: ATLAS reflections 2005** (pp.3-6). Arnhem: Association for Tourism and Leisure Education and Research (ATLAS).



- Somboonpol, U. (2015). The concept and principle of tourism satellite accounts (TSA). **Western University Research Journal of Humanities and Social Science**, 1(2), 113-121.
- Sproule, K. W. (1996). Community-based ecotourism development: Identifying partners. In Miller, J.A. (eds), **The Ecotourism Equation: Measuring the Impacts** (pp. 233-250). USA: Yale School of Forestry and Environmental Studies.
- Stolarick, K., Denstedt, M., Donald, B. and Spencer, G. M. (2010). Creativity, tourism and economic development in a rural context: The case of Prince Edward county. **Journal of Rural and Community Development**, 5(1/2), 238-254.
- SuanSri, P. (2003). **Community based tourism handbook**. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour.
- Supani, U. (lecturer). (July 15-16, 2013). Community-based tourism management case study "Palm Paddy Sea" Community cultural way. Sa-Ting Phra district, Songkhla province. In **The 5th Rajamangala University of Technology National Conference** (pp. 11-19). Bangkok: Rajamangala University of Technology.
- Thailand Community Based Tourism Institute. (2012). **Community based tourism**. Retrieved September 1, 2017 from http://http://cbtnetwork.org/th/?page_id=47
- Thongchin, P. (2015). **Managing collaboration in community based tourism on Lanta Island, Krabi province**. Master thesis B.A, Faculty of Commerce and Management Prince of Songkla University, Songkla.
- Trirata, S. S., Pongngamchuen, J., Ponghana, S., Dangsuwanna, M. and Ponghana, K. (2014). Green map: Agricultural resources management tool for community-based tourism. **APCBEE Procedia**, 8(2014), 248-253.
- Tungseng, T., Matthayomburut, W. and Sreesoompong, P. (2016). System development of community-based tourism network of Satun province. **Thaksin Journal**, 19(2), 67-80.
- Tuschman, M. and Anderson, P. (1986). Technological discontinuities and organizational environments. **Administrative Science Quarterly**, 31(3), 439-465.
- Voratitipong, P. (2009). **The development of curriculum on sustainable tourism management for the community**. Doctor thesis D.I., Faculty of Industrial Education King Mongkut's University of Technology North, Bangkok.
- Yoopetch, C. (2014). Applying business model and cooperating with stakeholders in community-based tourism. **UTCC International Journal of Business and Economics**, 6(1), 5-18.