

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนของธุรกิจ ภายใต้วิกฤติโควิด 19

Developing and driving creative tourisms towards sustainability under COVID-19 pandemic

ขวัญฤทัย เดชทองคำ¹

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์ในปัจจุบันกับการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่เชื้อไวรัส COVID - 19 ที่ยังคงแพร่กระจายอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประชากรทั่วโลก ทั้งด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนสภาพสังคมและระบบเศรษฐกิจที่กำลังต้องการการช่วยเหลือและฟื้นฟู โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้สู่ประเทศไทยเป็นอันดับต้น ๆ แต่ในปัจจุบันต้องหยุดชะงักอันเนื่องมาจากไม่สามารถเดินทางเข้าออกระหว่างประเทศได้ จึงนำไปสู่การผลักดันและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจ ประกอบกับรูปแบบการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ต้องการความท้าทายและประสบการณ์ใหม่จากการเดินทาง ตลอดจนความต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการเรียนรู้ในคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สู่ความยั่งยืนภายใต้วิกฤติ COVID - 19 เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศ ตลอดจนตัวนักท่องเที่ยวเอง ในการเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลง การดำเนินชีวิตแบบปกติใหม่ การท่องเที่ยววิถีใหม่ โดยยังคงศักยภาพของความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการและขับเคลื่อนธุรกิจอย่างเข้มแข็งสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

¹ อาจารย์สาขาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ

E-mail: kwanruthai@ru.ac.th



คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ความยั่งยืน, โควิด – 19

Abstract

The current emerging COVID -19 pandemic situation has continually spread and affected to all population around the world in terms of changing ways of life, and socio-economic aspects which really need recovery and assistance. Tourism and hospitality industry is particularly the source of biggest Thailand's revenue, however- it is currently halted due to the block of international travelling. Hence, it leads to encourage and drive domestic travel to stimulate the economic flow, in accordance with tourism pattern and tourists' habits which need excitement and new experiences from travelling. Creative tourism which is widely popular can be considered as participatory activities for them to learn the value of it, the objectives of this article are therefore to present guidelines' development and drive the creative tourism towards sustainability after COVID – 19 pandemic to benefit tourists, tourism entrepreneurs, tourist attractions in various communities throughout Thailand know how to prepare themselves to be ready under new normal in tourism and to remain the managerial professionalism to drive their businesses and organizations towards sustainable growth.

Keywords: Creative tourism, Sustainability, COVID-19

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจโลกในระยะยาว จากรายงานของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council: WTTC) มีการคาดการณ์กันว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวทางตรงของโลกจะเติบโตร้อยละ 3.8 ในปีพ.ศ. 2560 และร้อยละ 4 ในช่วงปีพ.ศ. 2560 – 2570 การเติบโตตามการคาดการณ์ข้างต้นถือเป็นการเติบโตในระดับที่น่าพอใจแม้ในสถานการณ์ภาพรวมทางเศรษฐกิจและสังคมของโลกเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน (Ministry of Tourism & Sport, 2020) แต่สืบเนื่องจากสถานการณ์ในปัจจุบันเกิดการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่เชื้อไวรัส COVID – 19 ที่ก่อให้เกิดผลกระทบกระจายไปทั่วทุกมุมโลก ผู้คนได้รับความเดือดร้อน เจ็บป่วยและเสียชีวิตจากโรคระบาดดังกล่าวเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2021)



พบว่าในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2564 มีผู้ป่วยติดเชื้อ COVID – 19 สะสมทั่วโลกมากถึง 202,608,306 คนและเสียชีวิตจำนวน 4,293,591 คน และจากการรายงานสถานการณ์ COVID – 19 จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขแห่งประเทศไทย พบว่าในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2564 มีผู้ป่วยติดเชื้อมากถึง 776,000 คนและเสียชีวิตจำนวน 6,353 ราย ซึ่งจากการคาดการณ์มีแนวโน้มของผู้ที่มีความเสี่ยงติดเชื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากยังไม่สามารถฉีดวัคซีนให้กับประชาชนได้ตามจำนวนที่กำหนด ประกอบกับหากไม่ได้รับความร่วมมือจากประชาชน (Ministry of public health, 2021)

ปัญหาที่เกิดจากการแพร่ระบาดของ COVID – 19 ส่งผลกระทบอย่างหนักต่อการท่องเที่ยวของไทย บางบริษัทจำเป็นต้องปิดตัวลงเพราะไม่สามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่าย อันเนื่องมาจากไม่สามารถเปิดดำเนินธุรกิจได้ อีกทั้งรูปแบบและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งหากธุรกิจไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาและการฟื้นตัวกลับสู่สภาวะปกติได้ยากและใช้เวลามากกว่าธุรกิจที่มีความพร้อมที่จะรับมือและกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์ ยกตัวอย่างของการปรับตัวในธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ อาจจำเป็นต้องลองเปิดโอกาสให้กับความท้าทายใหม่ กับเส้นทางใหม่ในประเทศทั่วทุกภูมิภาคของไทย เพื่อชดเชยรายได้ในส่วนที่ไม่สามารถนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศได้ โดยอาศัยการพัฒนาและต่อยอดจากรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกประเภทต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบโปรแกรมหรือสินค้าหลักเป็นการนำเข้าสู่สินค้าอุปโภคบริโภคจากต่างประเทศเข้ามาขายให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในสินค้าของประเทศนั้น ๆ หรือการหยุดพักสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแล้วหันมาจำหน่ายอาหารเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจบ้างไม่มากก็น้อย เหล่านี้ล้วนเป็นหนึ่งในตัวเลือกของการตอบสนองของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่พยายามปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ไปพร้อม ๆ กับการปรับระดับประกอบธุรกิจให้ยังคงดำรงอยู่ต่อไปได้ หรือแม้กระทั่งการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ด้วยการเตรียมความพร้อมรับมือกับสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนไปภายหลังวิกฤติโควิด 19 ทั้งรูปแบบของการเดินทางและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างแน่นอน ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องมองหาโอกาสและช่องทางในปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการของตนให้มีความน่าสนใจ มีความโดดเด่นและแตกต่าง เพื่อสร้างความท้าทายตลอดจนสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันได้ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ อันเนื่องมาจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเน้นการมีส่วนร่วมทางความคิด การแสดงออกและการลงมือปฏิบัติเพื่อ “เติมเต็มคุณค่าประสบการณ์ใหม่” ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันกับคนในท้องถิ่น ได้รับความรู้ที่สนุก ได้ลงมือทำในสิ่งที่ไม่เคยได้ทำมาก่อน และได้เรียนรู้เข้าใจถึงความหมายของความสุขที่ยั่งยืน

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นรูปแบบการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพิ่มคุณค่า หาความแตกต่างอย่าง



สร้างสรรค์ และแบ่งปันชุมชน โดยยึดหลักการกระจายอำนาจและมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556)(สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2554) โดยมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์และการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (ปิรันธ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559) และสานต่อความยั่งยืนด้วยการดำเนินธุรกิจภายใต้การมีจิตสำนึกรักษ์ในทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภายใต้รูปแบบ 7 Green concept ประกอบด้วยหัวใจสีเขียว (Green heart) รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green logistics) แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green attraction) การบริการสีเขียว (Green service) ชุมชนสีเขียว (Green community) กิจกรรมสีเขียว (Green activity) การบริการสีเขียว (Green service) และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสีเขียว (Green plus) (Tourism Marketing Strategy Division, 2016) เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาใช้บริหารจัดการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอีกหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่ธุรกิจสามารถนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการธุรกิจให้เกิดการฟื้นฟูและขับเคลื่อนต่อไปได้ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กรหรือแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อเสริมสร้างคุณค่า ความประทับใจ และประสบการณ์ที่ดี บนพื้นฐานของความยั่งยืนสืบต่อไป

การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)

จากการศึกษาถึงความหมายของ การจัดการการท่องเที่ยวโดย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ได้อธิบายว่า การจัดการการท่องเที่ยวว่าเป็นการวางแผนการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผนโดยมีการบริหารจัดการ งานบุคคล การอำนวยความสะดวกและการควบคุมอย่างเหมาะสมเพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ ซึ่งสัมพันธ์กับ (อารีย์ นัยพินิจ และฐิรัชญา มณีเนตร, 2551) ที่ได้อธิบายเพิ่มเติมในส่วนของการจัดสรรงบประมาณ การประเมินผลและการรายงานผลที่มีความจำเป็นต้องพิจารณาควบคู่กันไป ประกอบกับการศึกษาของ (มนัส สุวรรณ และคณะ, 2541) ที่ได้กล่าวว่า ไม่เพียงแต่การวางแผนและดำเนินการตามแผนที่ได้วางไว้ให้บรรลุเป้าหมายเท่านั้น ยังคงต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการและแผนการปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทางและประสบความล้มเหลว อีกทั้งการบริหารจัดการการท่องเที่ยวยังจำเป็นต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการตลอดจนบทบาทหน้าที่และความสัมพันธ์ของแต่ละส่วน

ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID – 19 ได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โดยจำเป็นจะต้องมีการวางแผนเพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการด้านต้นทุนและมาตรฐานการให้บริการที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากข้อจำกัดในการเดินทางข้ามพื้นที่ทั้งภายในประเทศและ



ต่างประเทศ อีกทั้งบุคลากรทางการท่องเที่ยวยังได้รับผลกระทบอย่างหนักทั้งการถูกพักงาน ถูกหักค่าตอบแทน หรือแม้กระทั่งการถูกเลิกจ้าง เนื่องจากธุรกิจต้องปิดตัวลงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงินที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ อีกทั้งความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งจากทรุดโทรมเป็นทุนเดิมและทรุดโทรมจากการหยุดดำเนินการเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดดังกล่าวมาเป็นระยะเวลานาน ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และการดำเนินชีวิตอย่างปกติใหม่ (New Normal) ดังนี้

1. พฤติกรรมการสวมใส่หน้ากากอนามัยและพกพาเจลแอลกอฮอล์เมื่อออกจากบ้านทุกครั้ง โดยสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาและใช้เจลแอลกอฮอล์ทุกครั้งที่ต้องสัมผัสจุดกำเนิดของเชื้อโรคบริเวณต่าง ๆ
2. พฤติกรรมการเว้นระยะห่างทางสังคมหากจำเป็นจะต้องทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น หรือการใช้ชีวิตในที่สาธารณะการเข้าแถวต่อคิวเพื่อซื้อสินค้าหรือชำระเงิน การพูดคุยทักทายหรือการรับประทานอาหารที่อาจเป็นสาเหตุสำคัญของการแพร่เชื้อหรือรับเชื้อจากผู้อื่น
3. พฤติกรรมการทำงานและการเรียนที่บ้านในรูปแบบออนไลน์ เพื่อลดการรวมตัวของกลุ่มคนอันอาจจะก่อให้เกิดคลัสเตอร์ใหม่ของการแพร่ระบาดได้
4. พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ตอบโจทย์ความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้กับทุกคนในครอบครัวทั้งการเลือกสินค้า การสั่งซื้อ การชำระเงินตลอดจนการจัดส่งสินค้าถึงหน้าบ้านอย่างรวดเร็ว
5. พฤติกรรมการใช้รถสาธารณะที่ลดลง หันมาใช้รถส่วนตัวเพิ่มมากขึ้นหรืองดการเดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยงที่อาจจะก่อให้เกิดการติดเชื้อ

6. พฤติกรรมการท่องเที่ยวลดการเดินทางข้ามพื้นที่ หรือเดินทางไปยังสถานที่ชุมชนแออัด นิยมค้นหาข้อมูลและเตรียมวางแผนการเดินทางภายหลังสถานการณ์คลี่คลายผ่านสื่อออนไลน์ในช่องทางต่าง ๆ

พฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นจึงชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและใส่ใจกับความปลอดภัยและความสะอาดเป็นอันดับแรก ไม่เพียงแต่การดำเนินชีวิตประจำวันเท่านั้น การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือการเลือกใช้บริการต่าง ๆ ยังคงอยู่ภายใต้ความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยที่แต่ละธุรกิจจำเป็นต้องหาแนวทางการสร้างความเชื่อมั่นเหล่านั้นให้เกิดขึ้นกับองค์กรเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจต่อไป โดยการจัดการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการใน 3 ด้านดังนี้

1. ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 สิ่งสำคัญที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเร่งดำเนินการเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 4 ประเด็นสำคัญดังนี้ ประเด็นที่ 1 กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควรเดินทางดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ทุกภาคส่วนทั้งประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้มีความรู้ ความตระหนักและเห็นความสำคัญของการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยอาศัยความร่วมมือจากภาคีที่เกี่ยวข้อง ประเด็นที่ 2 การดำเนินมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาปริมาณนักท่องเที่ยวที่มากเกินไป



ความสามารถของแหล่งท่องเที่ยว โดยการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในช่วงเวลาต่าง ๆ ประเด็นที่ 3 การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยปรับเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบที่เน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Quality Tourism) เช่น การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและเกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ประเด็นที่ 4 ควรมีการส่งเสริมการนำแนวคิด “Building Back Better” ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้ในการจัดการภัยพิบัติมาใช้ โดยหลักการภายใต้แนวคิดดังกล่าวคือการบริหารจัดการเพื่อให้สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติหลังสถานการณ์โควิด-19 สิ้นสุดลงดีกว่าช่วงที่เกิดโควิด 19 เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศมีความยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกันในการรับมือกับ Shock ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2021)

2. การบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการในด้านต่าง ๆ ทั้งในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชัดเจนความสามารถในการเข้าถึงจุดให้บริการ สัญลักษณ์บอกทาง สถานที่จอดรถ จุดให้บริการพักผ่อนและห้องน้ำ เป็นต้น 2. ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการส่งมอบการบริการให้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ ตรงตามเงื่อนไขหรือโฆษณาที่กล่าวอ้าง ตลอดจนการให้บริการอย่างมืออาชีพเพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า 3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมของผู้ให้บริการ ในการส่งมอบการบริการได้ทันทั่วทั้งที่มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ 4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ โดยพนักงานหรือผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความรู้ความเชี่ยวชาญในตัวสินค้าและการบริการเป็นอย่างดี ให้ข้อมูลและนำเสนอสินค้าและบริการด้วยความมั่นใจ จริงใจและให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องแม่นยำโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถขอเข้ารับการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เพื่อรับตราสัญลักษณ์ SHA (Amazing Thailand Safety and Health Administration) ที่จัดทำโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและกระทรวงสาธารณสุข โดยนำมาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขและมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรค และ 5. การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคนและสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ต้องการอย่างมืออาชีพ เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาปรับใช้เป็นแนวทางหรือกลยุทธ์ในการยกระดับคุณภาพการบริการของธุรกิจให้ยังคงเติบโตต่อไปได้ ภายใต้สถานการณ์ความไม่ปกติอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID -19 (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563)

3. การตลาดการท่องเที่ยว เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรมรูปแบบหรือกระบวนการทางการท่องเที่ยว โดยอาศัยการสื่อสารทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ด้วย



เทคโนโลยีและสื่อสมัยใหม่ในรูปแบบสังคมออนไลน์ ซึ่งมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากยิ่งจากการศึกษาของ (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2561) พบว่าการสื่อสารแบบปากต่อปาก อิเล็กทรอนิกส์ หรือ Ewom (Electronic Word of Mouth) เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย ทันสมัยและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถนำเสนอข้อมูลและภาพประกอบที่สวยงาม หรือการทำการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนความสามารถในการรวบรวมข้อมูล การแสดงความคิดเห็นของผู้ที่เคยมีประสบการณ์จริงกับการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการมาก่อน เพื่อประโยชน์ในการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้สนใจรายใหม่ รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดีขึ้นจากข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการซึ่งถือเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในการรับรู้ข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID - 19 ในขณะนี้ ซึ่งในปัจจุบันช่องทางการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ในโลกออนไลน์มีหลากหลายให้ผู้ประกอบการเลือกใช้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เช่น Facebook, Instagram, Website, Line, Line Open chat, เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถบูรณาการการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ร่วมกันในหลากหลายช่องทางเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของการผลักดันข้อมูลหรือโปรโมชั่นสู่การรับรู้ที่กระจายวงกว้างอย่างรวดเร็วในโลกสังคมออนไลน์

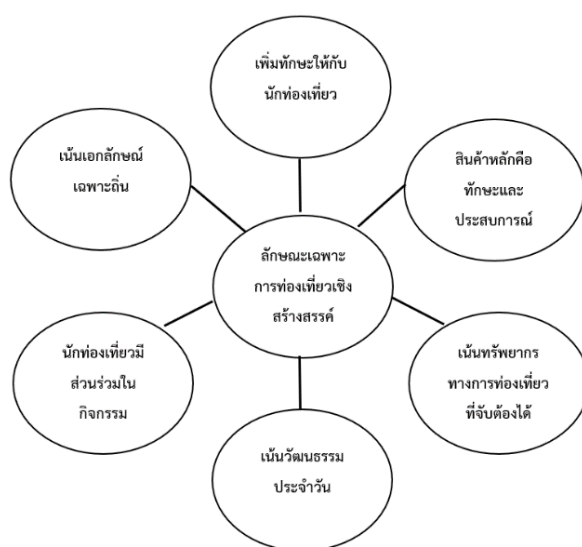
จากการศึกษาแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวชี้ให้เห็นว่า การจัดการการท่องเที่ยวเป็นการวางแผนการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผน โดยมีการบริหารจัดการที่ครอบคลุมในทุกส่วน ทั้งเรื่องการบริหารจัดการบุคคล การดำเนินการ การจัดสรรงบประมาณ การประเมินผลและการรายงานผล โดยต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนการปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ ตลอดจนระบบของการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ระบบ ได้แก่ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยวและการตลาดท่องเที่ยวที่มีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องพิจารณาเพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการคุณภาพของสินค้าและคุณภาพการบริการอย่างมืออาชีพ อีกทั้งการมองหารูปแบบของการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่แตกต่างและท้าทายกับการเตรียมพร้อมรับมือภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID – 19 บรรเทาหรือคลี่คลายลง ด้วยการส่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางได้พัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว(Richards, 2011) โดยการนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนที่จริงแท้ ความดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงอยู่ ทั้งวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์ใหม่กับนักท่องเที่ยว ด้วยการเรียนรู้ ดูของจริงและลงมือทำ นำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่และเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยวจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2009) ดังจะกล่าวต่อไปนี้



แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการนำไปใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ

คำ Creative Tourism “สร้างขึ้น” โดย คริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) และ เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) โดยเกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจจากเรื่องเล่าของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่เปิดโอกาสให้กับตนเองในการค้นหาตัวตนผ่านการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยได้ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการบอกเล่าถึงภาพความทรงจำที่ประทับใจ จากการเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ โดยมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยว ได้มีโอกาสสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่จากการลงมือทำกิจกรรมร่วมกับผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ดี ๆ เกิดขึ้นจากการได้เรียนรู้ ได้สัมผัสและได้ลงมือทำ ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ที่ดีที่ควรค่าแก่การจดจำ อีกทั้งยังสามารถนำประสบการณ์ที่ได้มาปรับใช้ในชีวิตประจำวันหรือการทำงานได้อีกด้วย

โดยมีคุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 6 ประการ ดังภาพที่ 1 ได้แก่ (Richards, 2010)



ภาพที่ 1 คุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010)

โดยอธิบายจากภาพที่ 1 คุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 6 ประการ ได้แก่ (1) เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านใหม่ ที่ยังไม่เคยได้เรียนรู้หรือลงมือทำมาก่อนเพื่อให้เกิดประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการพัฒนาศักยภาพของตนเอง (2) สินค้าหลักคือทักษะและประสบการณ์ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ ทักษะและประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ การได้เป็นส่วนหนึ่งในการลงมือทำสินค้าทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ก่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจและประสบการณ์ที่ดีที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ (3) เน้นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่จับต้องได้ มาเป็นการเสนอขายทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้อง



ไม่ได้ ในรูปแบบของกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะและประสบการณ์ ที่มีคุณค่าทางจิตใจและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าได้ ด้วยตัวของนักท่องเที่ยวเอง (4) เน้นวัฒนธรรมประจำวัน รูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการนำเสนอความเป็นตัวตนดั้งเดิม ที่ยังคงอยู่จนถึงปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยการคงความเป็นอยู่ของการใช้ชีวิตของผู้คนให้ดำเนินไปอย่างปกติ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเติมแต่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตที่แท้จริงโดยชุมชน (5) นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และลงมือทำจริงในทุกกิจกรรมด้วยความสมัครใจ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าและที่มาของสินค้าหรือบริการของแหล่งท่องเที่ยว (6) เน้นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เพื่อนำเสนอจุดเด่นและความแตกต่าง ให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยี่ยมชม บางแหล่งท่องเที่ยวอาจมีความโดดเด่นเรื่องของวัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ เรื่องอาหารการกินท้องถิ่น เรื่องของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สามารถหาซื้อและลงมือทำได้เพียงแหล่งท่องเที่ยวนี้เท่านั้น ขึ้นอยู่ผู้เป็นเจ้าของบ้านต้องการที่จะนำเสนออะไร ที่จะก่อให้เกิดความแตกต่าง น่าสนใจ สามารถเป็นจุดขายให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ และเพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประสิทธิภาพที่เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจหรือชุมชนที่มีความสนใจหรือมีแนวคิดที่จะพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องสำรวจองค์ประกอบตัวชี้วัดทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้ องค์ประกอบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบตัวชี้วัดสำคัญ ได้แก่ (พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาวดี, 2561)

1.การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความแปลกใหม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้โดยอาจจะ เป็นชุมชนที่อยู่ห่างไกลยังไม่เคยมีนักท่องเที่ยวเข้าท่องเที่ยวมาก่อน ประกอบกับมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่ไม่ซ้ำใคร และคนในชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวต้องการที่จะให้การท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนในการพัฒนาและสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน ความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่าง อันได้แก่ ความเป็นตัวตนอันดั้งเดิมที่ไม่มีการเพิ่มเติมหรือปรุงแต่งสิ่งใดที่จะเป็นเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวหลงใหลและเข้าไปศึกษาเยี่ยมชม เช่น วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การแต่งกาย การละเล่น อาหารท้องถิ่น เหล่านี้ถือเป็นจุดขายที่สามารถนำเสนอคุณค่าในตัวเองได้ เป็นอย่างดี ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนแหล่งท่องเที่ยว โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันจากการลงมือทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยวิธีของคนในชุมชน ให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเองไปพร้อม ๆ กัน เช่น การได้ทำอาหารร่วมกัน หรือแม้แต่การได้ลงมือทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยตนเอง ยิ่งสร้างคุณค่าและความประทับใจตลอดจนความผูกพันให้เกิดขึ้นกับ นักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง มีการกำหนดพื้นที่ใช้สอยเพื่อใช้ทางการท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ทำกิจกรรม พื้นที่ให้ความรู้ จุดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตลอดจนการกำหนดวันเวลาเข้าชม ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับนักท่องเที่ยวและชุมชน อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวควรมีองค์ความรู้และการสืบทอดภูมิปัญญา เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงที่มาและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง คุณค่าจากความเป็นมาในอดีต



จนถึงปัจจุบัน สานต่อสู่ความเชื่อหรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างช้านาน โดยนำเสนอผ่านเรื่องเล่าหรือเรื่องราวที่มีส่วนสำคัญกับเหตุการณ์ในอดีตที่ทุกคนยังคงจดจำ ล้วนแต่มีความเป็นมาและทรงคุณค่าทั้งสิ้น นอกจากนั้นควรมีการรวบรวมองค์ความรู้โดยการเก็บบันทึกเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้สู่คนรุ่นหลังต่อไป โดยอาจจัดทำเป็นหนังสือประวัติความเป็นมาที่รวบรวมเรื่องราวและความน่าสนใจต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในทุกด้านโดยละเอียด หรือการนำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่สามารถเพิ่มปริมาณการเข้าถึงแหล่งข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้มากและรวดเร็วตลอดจนมีการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และประเมินผล การแก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์การนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนร่วมกันระหว่างชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา แก้ไขปรับปรุง ให้แหล่งท่องเที่ยวได้เติบโตสู่ความยั่งยืนต่อไป

2.การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นการจัดการด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมโดยรอบของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ตลอดจนต้องไม่ส่งผลกระทบต่อภาคีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน ประกอบกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน เป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ ไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี โดยอาจเป็นกิจกรรมที่ถ่ายทอดโดยผู้นำชุมชน หรือชาวบ้านที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมให้คนในชุมชนได้มีรายได้เสริมและยังได้ถ่ายทอดความรู้ความสามารถที่มีให้เกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ ต้องเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เช่น การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนชนบทที่แตกต่างจากคนเมืองด้วยการตื่นเช้า ตักบาตร เข้าวัดฟังธรรม ยามสายออกไปหาปลา ไถนา เกี่ยวข้าว ตกเย็นทานข้าวล้อมวงพร้อมหน้าพร้อมตาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย ไม่เร่งรีบ หรือการได้ลองทำกิจกรรมจักสานจากผักตบชวาซึ่งถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่ก่อให้เกิดรายได้เสริมกับครอบครัว อีกทั้งการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำด้วยตนเองอย่างภาคภูมิใจ ก่อให้เกิดคุณค่าทั้งในตัวผลิตภัณฑ์และคุณค่าในตัวนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งอาจจะนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้เหล่านี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินชีวิตและควรมีการกำหนดปฏิทินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ ได้ศึกษาข้อมูลและวางแผนล่วงหน้าหากสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว

3.การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การบริหารจัดการให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ มีการรวมกลุ่มและจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบให้กับทุกคน ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย มีการจัดตั้งกลุ่มบริหารงานโดยชุมชน อาจจัดตั้งชุดคณะกรรมการบริหารงานในด้านต่าง ๆ โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน มีการร่วมกันวางแผนงาน ลงมือปฏิบัติงานและติดตามตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน หากมีปัญหาหรือข้อสงสัยก็ร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหามาตลอดจนการจัดสรรงบประมาณและรายได้อย่างเป็นธรรม โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจของคนในชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่จึงมีความเข้าใจในพื้นที่และขีดความสามารถในด้านต่าง ๆ ของชุมชนอย่างชัดเจนและลึกซึ้งกว่าผู้เกี่ยวข้องด้านอื่น ดังนั้นหากชุมชนจะต้องถูกพัฒนาก็จำเป็นจะต้องดำเนินการไปตามความต้องการของคนในชุมชนเป็นหลัก



โดยให้ความสำคัญกับความต้องการและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับเป็นสำคัญมีการส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายโดยคนในชุมชน อันเกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้หาได้จากในท้องถิ่นทั้งสิ้น แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดทำและแสดงบัญชีการเงินที่โปร่งใสตรวจสอบได้ ตลอดจนมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมไม่เอื้อประโยชน์ให้กับพวกพ้อง เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้เกิดขึ้นกับคนในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง แหล่งท่องเที่ยวมีรายได้จากการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยวและการให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการด้านที่พัก และสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น

4.การจัดการสิ่งแวดล้อมความสะอาดขั้นพื้นฐาน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะให้บริการในด้านต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวอันได้แก่ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนการให้ข้อมูลที่จำเป็นและเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้และแนวทางการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ดังนี้ การจัดการด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา การเดินทางและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากตัวเมืองมายังแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการระบบของเสีย การกำจัดขยะมูลฝอยและการบำบัดน้ำเสีย มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการใช้พลังงานอย่างประหยัด พลังงานทดแทนด้วยการปลูกต้นไม้ที่ให้ร่มเงาหรือการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่าง มีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบของอาหาร ซึ่งได้มาจากผลผลิตในครัวเรือนของคนในชุมชนทั้งสิ้น ประกอบกับภาชนะที่ใช้ใส่อาหารก็ผลิตจากวัสดุทางธรรมชาติที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จานจากใบตองและถุงกระดาษ เป็นต้น อีกทั้งบริเวณที่พักสำหรับให้บริการค้างแรมของนักท่องเที่ยว จะต้องมีความสะอาด อากาศปลอดโปร่งเย็นสบาย มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ มีการตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องใช้ก่อนใช้งาน ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีการจัดเตรียมเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้คอยดูแลและรักษาความปลอดภัยโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว มีศูนย์บริการมีเจ้าหน้าที่ประจำที่มีอัธยาศัยดีมีความรู้สื่อสารภาษาอังกฤษได้ ศูนย์บริการ มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ในระดับท้องถิ่น หรือระดับประเทศผ่านเว็บไซต์ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ มีแผนที่ หรือข้อมูลการเดินทางเข้าถึงชุมชนที่ชัดเจน

5.บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น แหล่งชุมชนจำเป็นจะต้องมีบุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น สำหรับการถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาและองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ารับการฝึกอบรมทักษะทางภาษาอังกฤษและภาษาอื่นในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย การยกย่องให้เกียรติครูภูมิปัญญา และบุคคลตัวอย่างของชุมชนซึ่งอาจเป็นผู้สูงอายุที่อยู่คู่กับชุมชนมาเป็นเวลานานให้เป็นปราชญ์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ตามความถนัดและเชี่ยวชาญของแต่ละคน และจากการศึกษาของ (เฉลิมพล ศรีทองและ อีรพงษ์ เทียงสมพงษ์, 2021) ที่มุ่งเน้นและสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ ในการเป็นนักสื่อความหมายท้องถิ่น โดยส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ความสามารถที่หลากหลาย ทั้งการสื่อสารที่มากกว่าภาษาไทย หรือความสามารถพิเศษด้านอื่นเพื่อเป็นการสร้างความสุขและสีสันให้กับนักท่องเที่ยวและยังเป็นการเปิดโอกาสให้แก่เยาวชน เด็ก สตรี ผู้สูงอายุหรือคนพิการ ตลอดจนผู้ด้อยโอกาสได้รับประโยชน์และ



มีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน และท้ายที่สุดควรมีการอบรมคนในชุมชน พนักงาน ผู้ประกอบการ ผู้เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการจัดการ การท่องเที่ยว คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์ตามความเหมาะสม เพื่อเป็นการตระหนักให้ทุกคนในชุมชนมีจิตสำนึกรักและหวงแหนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่สืบต่อไป

กล่าวโดยสรุปถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1.การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว 2.การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3.การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 4.การจัดการสิ่งแวดล้อมความสะอาดขั้นพื้นฐานและ 5.บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น เหล่านี้ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชนหรือคณะกรรมการบริหารงานแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงจำเป็นจะต้องมีการพิจารณาและวางแผนการดำเนินงานให้ครอบคลุมในทุกองค์ประกอบ ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพของงาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความยั่งยืนของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ทั้งนี้หากผู้ประกอบการให้ความสนใจกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่กับนักท่องเที่ยว ด้วยการเรียนรู้ ดูของจริงและลงมือทำ นำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่และเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควบคู่กันไปด้วยเสมอ กล่าวคือ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ หรือ UNWTO (World Tourism Organization (UNWTO), 2005) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า คือการใช้หลักความยั่งยืนกับมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ร่วมกัน สอดคล้องกับ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในภาพของการบริหารจัดการธุรกิจ จำเป็นจะต้องมีการจัดการที่ดีเยี่ยมเพื่อดำรงไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการปรับปรุงคุณภาพ ให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึง โดยมีนักท่องเที่ยวในปริมาณที่เหมาะสมและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

โดยมีหลักการที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่จำเป็นต้องนำมาใช้ในการพิจารณาในส่วนของขั้นตอนของการบริหารจัดการโดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, 2016) ดังต่อไปนี้ (1) ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวควรมีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติที่มีการทดแทนการฟื้นฟูให้สามารถผลิตและให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดไปโดยไม่ลดถอยหรือเสื่อมโทรมลง โดยให้ความตระหนัก ถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและความต้องการของชุมชนเป็นสำคัญ อันเนื่องมาจากชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่ย่อมมีความเข้าใจถึงศักยภาพและความต้องการของคนในชุมชนอย่างลึกซึ้ง (2) มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น จากความร่วมมือของคนในชุมชนและภาคที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนจึงก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาดังกล่าวอย่างแท้จริง บนพื้นฐานของความเท่าเทียม ความเป็นธรรม โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ (3) ให้



ประสบการณ์นั้นหนาการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว ด้วยการนำเสนอกิจกรรมที่ให้ความรู้และเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวไปพร้อมกับความสนุกสนานและประสบการณ์ที่ดี เกิดการพัฒนาและต่อยอดสู่การนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการทำงานก่อให้เกิดคุณค่าอย่างแท้จริง (4) ให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากรและวิถีชีวิต โดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่อย่างลึกซึ้ง ตลอดจนการได้ใช้ชีวิตเป็นส่วนหนึ่งของคนในครอบครัวเพื่อสร้างความผูกพันได้ลงทำในสิ่งที่แตกต่าง ได้สัมผัสรสชาติแปลกใหม่ ได้รับฟังเรื่องราวที่ไม่เคยได้ยินได้ฟังมาก่อนและยังได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (5) การออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และใช้วัสดุในท้องถิ่น โดยการปรับปรุงพัฒนาจากโครงสร้างของที่อยู่อาศัยเดิมให้ยังคงสภาพที่สามารถใช้งานและอยู่อาศัยได้อย่างปกติ ไม่มีน้ำรั่วซึม หรือการปลูกสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมโดยใช้วัสดุทางธรรมชาติที่สามารถหาได้จากท้องถิ่นของตน (6) เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนา ระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ มุ่งเน้นการพัฒนามาบนพื้นฐานของความยั่งยืนในทุกภาคส่วน ตลอดจนการมุ่งเน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นฐานการตัดสินใจและการติดตามตรวจสอบ

ประกอบกับการพัฒนาที่ยั่งยืนจะมีลักษณะของการบูรณาการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ทำให้เกิดเป็นองค์รวมจากการประสานและความร่วมมือกันขับเคลื่อนสู่การพัฒนาและการเติบโต โดยไม่สามารถที่จะมุ่งเน้นเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนควบคู่ไปด้วย โดยมีองค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สำคัญ 6 ด้าน ได้แก่ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) (1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เป็นลักษณะของการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดเตรียมด้านพื้นที่มีการแบ่งแยกสัดส่วนตามลักษณะการใช้งานอย่างชัดเจน ประกอบด้วยพื้นที่จัดกิจกรรม พื้นที่บรรยาย หรือพื้นที่จัดแสดงสินค้า เป็นต้น หรือการจัดเตรียมด้านข้อมูลที่สำคัญให้กับนักท่องเที่ยว เช่น แผนที่การเดินทางและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ห้องพยาบาล จุดพักผ่อน และเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ เป็นต้น (2) ด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว การนำเสนอกลยุทธ์และวิธีการทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย ประหยัดต้นทุนและสามารถกระจายฐานการรับรู้ได้ในวงกว้าง โดยใช้สื่อเป็นตัวกลาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตหรือการตลาดโดยอาศัยการบอกต่อจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยมาหรือเคยได้ยินได้ฟังจากช่องทางอื่น ตลอดจนการให้บริการที่มีคุณภาพโดยมุ่งเน้นความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญเพื่อสร้างความประทับใจ ล้วนมีส่วนในการกระตุ้นการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี (Zeithaml, 1988) (3) ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว การพัฒนาในส่วนของผู้ให้บริการให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจทั้งในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุณภาพในการบริการของพนักงาน อีกทั้งการนำเสนอจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของตนออกมานำเสนอให้ได้เรียนรู้และร่วมสัมผัสคุณค่าของสิ่งเหล่านั้นไปร่วมกัน (4) ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากการพัฒนาในด้านต่าง ๆ แล้วสิ่งสำคัญที่นักพัฒนาไม่ควรมองข้ามหรือละเลยนั่นก็คือการพัฒนาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวซึ่ง



ถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จำเป็นจะต้องอาศัยทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป หากสิ่งแวดล้อมถูกทำลายวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยืนยาว (5) ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการเป็นผู้นำทางความคิด การนำเสนอความต้องการหรือข้อคิดเห็น ตลอดจนปัญหาที่ชุมชนต้องการได้รับการแก้ไข ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ของชุมชนเป็นสำคัญ (6) ด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกที่ดีของนักท่องเที่ยวในเรื่องของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดและแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ และสิ่งแวดล้อมที่ต้องการดูแลเอาใจใส่ตลอดจนการตระหนักรู้และมีสติทุกครั้งก่อนที่จะลงมือทำลายโลกด้วยการทำร้ายทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

บทสรุป

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ที่ยังคงระบาดอย่างต่อเนื่องในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับต้น ๆ จำต้องปิดตัวลงเพราะไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ อันเนื่องมาจากขาดสภาพคล่องทางการเงิน ตลอดจนความช่วยเหลือจากภาครัฐที่ยังล่าช้าและมีข้อจำกัดในการเข้าถึงค่อนข้างมาก แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ยังคงเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อรอวันฟื้นคืนธุรกิจให้กลับมาเติบโตได้อีกครั้ง ด้วยการใช้เวลากับการวางแผนและการจัดการความพร้อมในการเตรียมรับมือหากสถานการณ์คลี่คลาย ด้วยแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หนึ่งในตัวเลือกของรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยการนำเสนอความเป็นตัวตนที่จริงแท้ ดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงอยู่ ทั้งวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์ใหม่กับนักท่องเที่ยว ด้วยการเรียนรู้ ดูของจริงและลงมือทำ นำไปสู่การเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในด้านต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันอยู่ภายใต้การดูแลขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้ที่สนใจก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจหรือชุมชนของตนได้ รวมไปถึงการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการและความปลอดภัยที่เพิ่มมากขึ้น จากการให้บริการในทุกกิจกรรมที่ส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการได้สัมผัสถึงความปลอดภัยที่จะได้รับอย่างแท้จริง (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจึงนำมาสู่แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเตรียมความพร้อมในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ยังคงเติบโตต่อไปได้ภายใต้วิกฤติ COVID 19 โดยผู้เขียนได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการใน 3 ประเด็นได้แก่ (1) การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์และฟื้นฟูและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ (2) การบริหารจัดการด้านการบริการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดด้วยการส่งมอบ



การบริการที่ดีที่เสริมสร้างประสบการณ์ที่ควรค่าแก่การจดจำของลูกค้านำไปสู่การแนะนำบอกต่อให้กับผู้ที่สนใจ (3) การบริหารจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID 19 สู่โลกของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่อาศัยเทคโนโลยีเป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่จะก่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลและแลกเปลี่ยนข่าวสารตลอดจนการสั่งซื้อสินค้าได้ง่ายเพียงไม่กี่นาที อีกทั้งยังมีช่องทางที่สามารถใช้งานได้พร้อมกันด้วยการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Ewom (Electronic Word of Mouth) นอกจากนี้ผู้เขียนยังให้ความสำคัญกับ 5 องค์ประกอบสำคัญของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยพัฒนาควบคู่ไปกับ 6 องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแต่ละด้าน โดยให้ความสำคัญกับแนวคิด New Normal ที่มุ่งเน้นการเดินทางที่ปลอดภัย ดังต่อไปนี้ (1) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยการนำเสนอศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามที่แตกต่าง ความแปลกใหม่ หรือความท้าทายที่น่าค้นหา ตลอดจนการถ่ายทอดอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนผ่านเรื่องเล่าและกิจกรรมจากการได้ลงมือทำและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวนำไปสู่ความประทับใจที่ยากจะลืมเลือน ควบคู่ไปกับการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนโดยการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรและพื้นที่โดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษาดูแลและซ่อมแซมทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการจัดสรรพื้นที่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และความจำเป็น และยังหมายรวมถึงการวางแผนปฏิทินการท่องเที่ยวของชุมชน โดยกำหนดวันเวลาเปิดปิดและกิจกรรมพิเศษในแต่ละเดือนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและเตรียมตัวล่วงหน้า (2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรและวัสดุในท้องถิ่นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวของชุมชนโดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าผ่านการบอกเล่ากรรมวิธีและขั้นตอนการผลิต และการมีส่วนร่วมในการลงมือทำสินค้าด้วยตนเอง ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวได้จดจำ ควบคู่ไปกับการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอคุณค่าของสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลและข่าวสารของตัวสินค้าและความเคลื่อนไหวของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไป (ลัดดาวรรณ ทองใบ, 2561) โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงลูกค้าได้ในปริมาณมากและรวดเร็ว เน้นการนำเสนอความจริงที่ไม่ปรุงแต่งเพื่อเป็นจุดขาย (3) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานในด้านต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญกับคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจ การลงมือปฏิบัติและการติดตามผลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาหรือวิธีการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ตลอดจนการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมอย่างทั่วถึงและโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนโดยมุ่งเน้นไปที่ความต้องการและข้อคิดเห็นของคนในชุมชนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เสนอแนวคิดและความต้องการที่แท้จริง ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางหรือข้อมูลพื้นฐานที่จะนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ได้อย่างแท้จริงจากบุคคลผู้เป็นเจ้าของชุมชน (4) การจัดการสิ่งแวดล้อมความสะอาดขั้นพื้นฐานมุ่งเน้นการจัดการด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ระบบไฟฟ้า น้ำประปา และการเข้าถึงที่ง่ายและสะดวกรวดเร็วตลอดจนการบริการด้านอื่น ๆ เช่น การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม จุด



พักผ่อน ลานแสดงกิจกรรมและให้ความรู้ ลานจอดรถ ห้องน้ำ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จุดให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้โดยมุ่งเน้นความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและประทับใจ เป็นสำคัญควบคู่ไปกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว การจำกัดปริมาณนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพื้นที่โดยไม่ให้เกิดความแออัดจนเกินไป จนเกิดการแย่งชิงทรัพยากรหรือการเกิดของเสียที่มากเกินไป ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการอันเป็นสาเหตุของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลาย เพื่อให้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมยังคงอยู่เคียงคู่กับนักท่องเที่ยวต่อไป (5) บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น การถ่ายทอดเรื่องราว ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ต่าง ๆ โดยปราชญ์ชาวบ้าน ผู้สูงอายุ หรือตัวแทนชาวบ้านผู้มีความรู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ และการส่งเสริมให้เยาวชนได้รับการฝึกอบรมทักษะทางด้านภาษา การบรรยาย และทักษะการบริการ เพื่อเตรียมความพร้อมให้บริการกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติควบคู่ไปกับการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว การจัดเตรียมป้ายสื่อความหมายที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติตน ข้อควรระวัง หรือข้อห้ามอันอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อตัวนักท่องเที่ยวเองหรือสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการป้องกันและสร้างจิตสำนึกให้เกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยวให้เกิดความตระหนักและห่วงแหนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่ถึงลูกหลานต่อไป ดังนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต่าง ๆ ควรคำนึงถึงแนวทางในการเตรียมความพร้อมของธุรกิจที่จะสานต่อสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนไปพร้อมกับการดำเนินธุรกิจภายใต้การรักษาความปลอดภัยตามมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ตามประกาศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทุกคน ตลอดจนความหวังที่จะผ่านพ้นวิกฤตินี้ไปด้วยกันของทุกคนในชาติ ให้กลับมาฟื้นฟูและพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนได้ต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจในการวางแผนพัฒนาพื้นที่สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืนสามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้เพื่อเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ก่อนเข้าสู่กระบวนการพิจารณาในลำดับต่อไปจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ
2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการศึกษามาใช้บูรณาการเพื่อเสริมสร้างความโดดเด่นและแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ และการเตรียมความพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปภายหลังวิกฤติโควิด 19 ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้วิกฤติโควิด 19 จำเป็นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านข้อมูลและการบริหารจัดการตลอดจนการเยียวยาให้



ความช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้ประกอบการ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นจะต้องเข้าถึงแหล่งข้อมูลและหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาพื้นที่สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้ได้ข้อมูล คำแนะนำ และแนวทางการปฏิบัติในเชิงลึกที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาอย่างแท้จริง

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของการท่องเที่ยวทางเลือกประเภทอื่นๆ เพื่อนำมาใช้ในการบูรณาการ เพื่อการพัฒนาและออกแบบสินค้าและบริการให้มีมูลค่าและความแตกต่างอีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ขวัญฤทัย เดชทองคำ. (2563). ความสำคัญของคุณภาพการบริการสู่ความสำเร็จของธุรกิจท่องเที่ยวภายใต้วิกฤติ Covid 19. *วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 3(21), 317–326.
- เฉลิมพล ศรีทองและ อีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2021). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมือง เกาสูโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 103–114.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่. คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ. เพรส แอนด์ ดีไซน์.*
- ปิรันธ์ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(1), 250–268.
- พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาดี. (2561). *การพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. 1(8), 79–104.*
- ภูริวัจน์ เดชอ้อม. (2556). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. วารสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรฉบับภาษาไทย*, 33(2), 331–366.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). *โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล. In การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย.*
- ลัดดาวรรณ ทองใบ. (2561). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 8(2), 103–112.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). *องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว อนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(1), 79–98.



- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2021). *เปลี่ยนวิกฤตโควิด-19 ให้เป็นโอกาส: การพลิกฟื้นทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ*. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2564 จาก <https://tdri.or.th/2020/06/covid-19-turning-crisis-into-an-opportunity-for-natural-tourism/>
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2554). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism 21 Thailand)*. องค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน22 (องค์การมหาชน).
- อารีย์ นัยพินิจ และฐิรชญา มณีเนตร. (2551). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านบุไทรโฮมสเตย์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, ๖.ป.ท.
- Ministry of public health. (2021). *Coronavirus disease (COVID-19) Situation in Thailand*. <https://covid19.ddc.moph.go.th/th>
- Ministry of Tourism & Sport. (2020). *Tourism Economic review*.
- Richards, G. (2009). *Creative tourism and local development*. In: Wurzburger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds) *Creative Tourism: A global conversation*. Santa Fe: Sunstone Press, pp. New Mexico, USA, 78-90.
- Richards, G. (2010). Creative tourism and local development. In Wurzburger, R., Aageson, T., Pattakos, A. And Pratt, S. (Eds.). In *Creative Tourism A Global Conversation*.
- Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: the state of the art Annals of Tourism Research* 38:1225-1253.
- Tourism Marketing Strategy Division. (2016). TAT Review Thailand Tourism in 2017 Thailand as a preferred destination. *E-Journal of Applied*, 4(4).
- World Health Organization. (2021). *Coronavirus disease (COVID-19) Situation dashboard*. Retrieved August 9, 2021, <https://covid19.who.int/>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2005). *Sustainable development of tourism*. Retrieved August 9, 2021, <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-d>
- WTO. (World Tourism Organization). (2016). *Tourism, a factor of sustainable development*. Retrieved August 9, 2021, <http://ethics.unwto.org/>.
- Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

