



Received: 23-11-2023
Revised: 09-02-2024
Accepted: 27-02-2024

แนวทางการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยกิจการเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว
สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM
The Concept of BCG-TOURISM to Drive Creative Community-based Tourism through
Tourism Social Enterprise towards Sustainable Tourism Development

ขวัญฤทัย เดชทองคำ^{*1}

Kwanruthai Dechtongkam

kwanruthai@rumail.ru.ac.th

อนามัย ดำเนตร²

Anamai Damnet

andydamnet@gmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวภายหลังวิกฤติโควิด 19 ถือเป็นความท้าทายใหม่ของผู้ประกอบการที่จำเป็นจะต้องบริหารจัดการธุรกิจให้สอดคล้องกับความเป็นไปของโลก โดยให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในส่วนของการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนทั่วโลก โดยให้ความสำคัญกับการตระหนักรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างจำกัด ไปพร้อมกับการแสวงหาคูณค่าจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางในแต่ละครั้ง การท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยว โดยชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าด้วยการนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนและมองหาความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ไปพร้อมกับการแบ่งปันกลับคืนสู่ชุมชน โดยจำเป็นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการเพื่อสังคมหนึ่งในกลไกสำคัญที่ทำงานร่วมกับชุมชนอย่างใกล้ชิด โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG TOURISM ด้วยการสร้างงาน สร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน ตลอดจนการส่งมอบคุณค่าจากประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ โดยยังคงมิตรภาพและความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนและองค์กรสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์, ธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว, ความยั่งยืน, โมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM

^{*} Corresponding Author

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

² คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Service Industry, Kasetsart University

Abstract

Post-COVID-19, tourism is a new challenge for entrepreneurs who need to manage their businesses to be aligned with the global market by focusing on changes in tourism resources and environment, as well as the changes in the lifestyle of people from all around the globe. In addition, there should be a focus on the importance of value recognition of the limited tourism resources, along with the value-seeking of an experience from each trip. A creative community tourism is a new generation of tourism that combines community tourism and creativity tourism. To enhance tourism products' value and worthiness by presenting the identity of the community and seeking a creative difference together with sharing back to the community. The coordination from both the public and private sectors plays an important role in promoting tourism by communities and developing the economy from the base level. Especially, social enterprises are one of the key mechanisms working closely with the community by using tourism as a tool to drive the community's economy under the concept of Model BCG TOURISM, by creating jobs, contributing additional revenue to tourism, and sharing valued experiences from customers. In this regard, we will continue our friendship and good relationship with the community and organizations towards sustainable development in the future.

Keywords: Creative Community-based Tourism, Tourism Social enterprise, Sustainability, Model BCG – TOURISM

บทนำ

ธุรกิจท่องเที่ยวหนึ่งในฟันเฟืองของอุตสาหกรรมบริการที่สร้างเม็ดเงินมูลค่ามหาศาลให้กับประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์หนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ต้องการเปิดประสบการณ์ใหม่ด้วยการสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนอย่างใกล้ชิด ตลอดจนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และวัฒนธรรมที่แตกต่างของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้หน่วยงานภาครัฐมุ่งพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นรวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างยั่งยืน

โดยภาครัฐมีการกำหนดแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561-2565 เป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพและทักษะของทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน ตามแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานความพอเพียง อีกทั้งยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีมาตรฐานคุณภาพภายใต้ขีดความสามารถการรองรับของชุมชน และเพื่อเพิ่มจำนวนเครือข่ายและความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Ministry of Tourism and Sports, 2018) ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มีเป้าหมายหนึ่งคือการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำของประเทศผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) โดยมุ่งเน้นในมิติของการพัฒนา แก่ไข และฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีเป้าหมายหลักคือ การสร้างความเข้มแข็งและสมดุล ไปพร้อมกับการยกระดับการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่นและส่งเสริมคุณค่าและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ภายใต้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Ministry of Tourism and Sports, 2022)

สืบเนื่องจากรัฐบาลมีความเห็นชอบให้ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยการใช้โมเดลเศรษฐกิจ BCG หรือ BCG Model อันประกอบด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจ 3 ด้าน ที่มีความเชื่อมโยงกัน ได้แก่ B-เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio economy), C-เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และ G-เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) นั้น นำไปสู่การประยุกต์ใช้เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสำคัญที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันที่เรียกว่า BCG - TOURISM มาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการ

ขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนสู่ความยั่งยืน ซึ่งเกิดจากการพัฒนาเศรษฐกิจเชื่อมโยง 3 ด้านได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว ด้วยการนำองค์ความรู้และเทคโนโลยีตามแนวทางการพัฒนาทั้ง 3 ด้านมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการแปรรูปผลิตผลอย่างเป็นระบบ มีการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรในรูปแบบของสินค้าและบริการด้วยวิธีการลดการใช้พลังงานและปริมาณขยะ ไม่สร้างมลพิษหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมโลกต่อไป (Tourism Authority of Thailand, 2023)

อย่างไรก็ตามปัญหาสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนสู่ความยั่งยืนคือชุมชนไม่สามารถนำเสนอ อัตลักษณ์ หรือความเป็นตัวตนที่ตนเองมีเผยแพร่สู่สายตาประชาคมโลกได้ อาจเนื่องด้วยขีดความสามารถทางด้านทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การจัดการผลประโยชน์หรือแม้กระทั่งบุคลากรที่รู้จักและเข้าใจชุมชนอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องที่จะมีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือและสนับสนุนความร่วมมือในทุกด้านให้ชุมชนสามารถเรียนรู้ แก้ไขปัญหาและก้าวผ่านความท้าทายเหล่านั้นไปได้ ดังนั้นหนึ่งในกลไกสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนชุมชนสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างยั่งยืนได้ก็คือ ธุรกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หนึ่งในธุรกิจที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนชุมชนสู่ความสำเร็จ ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบตอบสนองสังคม โดยชุมชนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อสังคมในการแก้ไขปัญหา ผลักดันและสนับสนุนในด้านต่างๆ เช่น แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรที่ชุมชนมีให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า ทั้งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและทรัพยากรบุคคล หรือการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชน (Sansanivithayakul, 2013) เช่น การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่แตกต่าง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการลงมือทำด้วยตนเองหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เกิดการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับคนในชุมชน การนำเสนอช่องทางการสื่อสารทางการตลาดสมัยใหม่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง รวมไปถึงการสร้างความรู้ถึงคุณค่าของความยั่งยืนที่ชุมชนมีให้คงอยู่ ภายใต้ความพร้อมของชุมชนและภาคีเครือข่ายที่เข้มแข็ง (Ministry of Tourism and Sports, 2013)

ด้วยสาเหตุและปัญหาดังกล่าวข้างต้นบทความวิชาการนี้จะนำเสนอแนวทางการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยกิจการเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM โดยมุ่งหวังประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนเป็นสำคัญด้วยแนวทางการผลักดันคุณค่าและความเป็นตัวตนของชุมชนให้ฉายาสู่สายตาประชาคมโลก จากการดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือของภาคีเครือข่ายที่เข้มแข็งสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อสานต่อความยั่งยืนที่แท้จริง (UNESCO, 2006)

การท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เกิดจากการผสมผสานระหว่างแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) โดยมีผู้ให้คำนิยามเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้หลากหลายดังต่อไปนี้ The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN, 2016, p. 270) ได้กล่าวถึง “การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่และมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการและดำเนินงานในด้านต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Sanguansri (2003) ที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่า คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อเกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Goodwin and Santilli (2009) ที่ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่า คือการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของโดยชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการและแบ่งปันผลประโยชน์สู่ชุมชนด้วยตนเอง นอกจากนี้ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไว้ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่มีรูปแบบการบริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐานก่อให้เกิด

การเรียนรู้ไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมท้องถิ่นและคุณภาพชีวิตที่ดี” (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization), 2015)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 2) องค์กรชุมชน ที่ประกอบไปด้วยผู้ที่รู้จักชุมชนของตนเองเป็นอย่างดีหรือปราชญ์ชุมชนหรือผู้ที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นอย่างดีรวมถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา 3) การจัดการโดยชุมชนที่มีกฎ กติกาในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนด้วยการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมมีกองทุนของชุมชนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน 4) การเรียนรู้โดยชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ที่แตกต่าง โดยมีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือนมุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมระหว่างกัน (The Thailand Community Based Tourism Institute, 2023)

จากคำนิยามข้างต้นจึงกล่าวสรุปถึงความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่และเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการและแบ่งปันผลประโยชน์กลับคืนสู่ชุมชนโดยก่อให้เกิดอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชนได้พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการท่องเที่ยว โดยดำเนินการภายใต้ความพร้อมของคนในชุมชนโดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) คือ การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) โดยมุ่งเน้นการต่อยอดสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นโดยค้นหาความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้มาเยือน อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และลงมือทำร่วมกันและยังนำความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินชีวิต (Wisutthilak, 2013) นำไปสู่ความประทับใจและความทรงจำที่ดี โดยมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์และการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Chinchot, & Chanthuk, 2016)

จึงอนุมานได้ว่ากรท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์คือหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกที่มุ่งเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนชุมชนสู่ความสำเร็จ ด้วยการบริหารจัดการและการแบ่งปันผลประโยชน์คืนสู่ชุมชนที่เป็นธรรมและโปร่งใส โดยอาศัยความแตกต่างที่เป็นอัตลักษณ์หรือความโดดเด่นเฉพาะถิ่น มาใช้ในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือความแตกต่างทางวัฒนธรรม เหล่านี้ถือเป็นความแตกต่างที่ทรงคุณค่าที่นักท่องเที่ยวต่างถวิลหาถึงความจริงแท้ดั้งเดิมที่สัมผัสได้ยากในปัจจุบัน หากชุมชนสามารถส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ผ่านการมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนได้อย่างน่าจดจำ ย่อมส่งผลต่อความประทับใจและการหวนกลับมาอีกครั้งเพื่อสานต่อความสัมพันธ์และมิตรภาพที่ดีสืบต่อไป (Richard, 2009; Wisutthilak, 2013) ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นอย่างดีโดยเฉพาะชุมชนที่รู้จักตนเองเป็นอย่างดี ย่อมถ่ายทอดอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของตนเองได้อย่างเด่นชัด ด้วยการส่งมอบคุณค่าผ่านประสบการณ์ร่วมกันระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน ตัวอย่างเช่น วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นชุมชนขนาดเล็กตั้งอยู่ริมน้ำเจ้าพระยาจึงได้จัดตั้งโฮมสเตย์ริมน้ำสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพัก อีกทั้งยังมีความเชี่ยวชาญ ด้านสมุนไพรอายุวัฒนะและอาหารไทยโบราณจึงจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว โดยออกแบบให้มีกิจกรรมการเรียนรู้สูตรยาอายุวัฒนะอายุกว่าร้อยปี การทำอาหารไทยโบราณทั้งคาวและหวาน เช่น น้ำพริกกล้วยเพื่อสุขภาพ ไข่เค็มสมุนไพร ขนมห่ม ขนมงม รวมไปถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น กิจกรรมทำลูกประคบสมุนไพรและการอบสมุนไพรสมุนไพรสมุนไพรแบบโบราณ กิจกรรมดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ชุมชนได้ออกแบบให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้ามาสัมผัสด้วยตนเอง ปัจจุบันชุมชนบ้านเกาะเกิดจึงเป็นหนึ่งในชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยว วิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่มี

ชื่อเสียงแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนอื่นได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้และนำไปปรับใช้ให้เหมาะสม (Dechtongkam, 2023) หรือการท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งมอบคุณค่าผ่านมรดกทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี และความเชื่อของชาวไทยพวนที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ออกมาได้อย่างชัดเจน (Saengchamnong, & Saengchamnong, 2023) จึงอาจกล่าวได้ว่าคุณค่าของชุมชนคือความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ที่ไม่ต้องปรุงแต่งและพร้อมต้อนรับผู้มาเยือนเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีร่วมกัน

ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)

ธุรกิจเพื่อสังคมหนึ่งในรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและให้ความสำคัญกับเรื่องผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Masiriri, 2020) ดำเนินการผ่านวิธีการทางการตลาดของภาคธุรกิจที่แสวงหากำไร (Lepoutre, Justo, Terjesen, & Bosma, 2013) โดยมีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคม ความยากจนและความไม่เท่าเทียม (Yunus, 2007) โดยใช้กลไกการบริหารจัดการที่ดีควบคู่กับความรู้และนวัตกรรมสังคม ที่มีความยั่งยืนทางการเงินจากรายได้หลักมาจากการสินค้าหรือบริการโดยไม่ต้องอาศัยเงินบริจาค และมีการนำผลกำไรที่เกิดขึ้นกลับไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้น นับตั้งแต่ Muhammad Yunus ได้เริ่มเผยแพร่แนวคิดที่เขาเรียกว่า Social Business ในต้นทศวรรษที่ 1980 ธุรกิจเพื่อสังคมได้แผ่ขยายอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อแวดวงวิชาการและนักพัฒนาสังคมอย่างมีนัยสำคัญ (Robinson, Mair, & Hockerts, 2009) โดยมีคุณลักษณะสำคัญของกิจการเพื่อสังคมดังต่อไปนี้ 1. มีเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม 2. มีรูปแบบการดำเนินการที่มีความยั่งยืนทางการเงินเป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3. ผลกำไรกลับไปคืนสู่สังคม และเป้าหมายที่กำหนดไว้ 4. ดำเนินการอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล โดยสามารถแบ่งธุรกิจเพื่อสังคมออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มกิจการเพื่อสังคมและวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีลักษณะเป็นบริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่น ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยและ ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ และมีรายได้ไม่น้อยกว่า 50% มาจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยนำผลกำไรไม่น้อยกว่า 70% ไปใช้ตามวัตถุประสงค์เพื่อสังคม และมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับกลุ่มกิจการเพื่อสังคม คือ บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล ชุมชน หรือ นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ ซึ่งดำเนินกิจการและมีรายได้จากการ การผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ และเป็นกิจการที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน (Office of Social Enterprise Promotion, 2023)

สำหรับธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว (Tourism Social Enterprise) เป็นรูปแบบของการดำเนินงานจากการ บูรณาการแนวคิดเพื่อสังคมและแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางสำคัญในการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่นให้เกิดการร่วมมือ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการศึกษาศักยภาพของพื้นที่และการวางแผนการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงอีกทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเต็มศักยภาพนำมาซึ่งการสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชนตลอดจนคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น Kosol and Suttawet (2013) โดยให้ความสำคัญกับความพร้อมของคนในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับเป็นอันดับแรก รวมไปถึงการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันด้วยการส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับผู้มาเยือนได้สัมผัสวิถีชีวิตและความดั้งเดิมที่แท้จริงของชุมชน (Subha, Naganandini, & Raja, 2021) จึงเป็นที่มาของธุรกิจเพื่อสังคมสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมและแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน อีกทั้งยังช่วยยกระดับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีศักยภาพและสะท้อนถึงความเป็นตัวตนของชุมชนทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนตลอดจนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่า (Adomako, & Tran, 2021) และด้วยเหตุนี้ธุรกิจเพื่อ

สังคมด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอันจะนำไปสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืนสืบต่อไป (Mali, 2014)

บริษัทโลเคิล อไลค์ (Local Alike) หนึ่งในธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชนและนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยทำหน้าที่เป็นพันธมิตรและนักพัฒนารุ่นใหม่ด้วยการลงพื้นที่ทำงานระยะยาวร่วมกับชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยการเชื่อมโยงคุณค่าและประสบการณ์ของชุมชนให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ จากการเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชน 3 ประการ ได้แก่ 1.ชุมชนไม่มีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว 2. ชุมชนไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง 3. ชุมชนไม่เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่แท้จริง และด้วยปัญหาดังกล่าวจึงนำมาซึ่งเป้าหมายของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 5 ด้านสำคัญที่ชุมชนจำเป็นต้องมีอันได้แก่ 1. การพัฒนาคนให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ 2. การพัฒนาธุรกิจในด้านสินค้าและบริการที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่เด่นชัด 3. การพัฒนาภูมิทัศน์เพื่อให้เกิดพื้นที่ใช้สอยที่คุ้มค่าและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม 4. การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้เป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและ 5. การพัฒนาสิ่งแวดล้อมทั้งด้านการจัดการภูมิทัศน์ ปัญหาขยะและมลพิษโดยรอบชุมชน ดังนั้นรูปแบบการทำงานระหว่าง โลเคิล อไลค์ กับชุมชนจึงเป็นการสร้างสมดุลให้ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและบริการจัดการได้ด้วยตนเอง ชุมชนมีสิทธิ์เลือกใช้ กำหนด ออกข้อห้ามต่างๆ และเป็นเจ้าของการท่องเที่ยวของชุมชนเอง โดยโลเคิล อไลค์เปรียบเสมือนพี่เลี้ยงที่คอยดูแลเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์เพื่อผลักดันชุมชนให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสามารถดูแลตนเองให้เติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน (Local Alike, 2024)

หากแต่ความยั่งยืนจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากชุมชนไม่สามารถสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศตลอดจนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (World Trade Organization [WTO], 1998) อีกทั้งการใช้ทรัพยากรในพื้นที่มาสร้างประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณค่าทางสังคมและชุมชนซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM

แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG TOURISM

โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นกลไกขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ที่มุ่งเน้น “การเติบโตอย่างมีคุณภาพ” สร้างความสมดุลของเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า (Value-Based Economy) การเติบโตที่เน้นการมีส่วนร่วม (Inclusive Growth) และสังคมที่มีการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากร (Circular Society) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 เรื่องที่สำคัญ ได้แก่ 1) อนุรักษ์ พัฒนา เพิ่มพูนทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม 2) บริหารจัดการ การใช้ประโยชน์และบริโภค อย่างยั่งยืน 3) ลดและใช้ประโยชน์ของทิ้งจากกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ 4) การสร้างคุณค่า ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ตั้งแต่ภาคเกษตรที่เป็นต้นน้ำ จนถึงภาคการผลิตและบริการ 5) สร้างภูมิคุ้มกัน พึ่งพาตนเอง และเพิ่มสมรรถนะในการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว (Bioeconomy Research Community Circular economy and green economy, 2018)

แนวคิดของเศรษฐกิจ BCG Model เป็นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เกิดจากแนวคิดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยอาศัยจุดแข็งของประเทศด้านความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม มาช่วยขับเคลื่อนให้ประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง ปรับรูปแบบของห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ นำเทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลสมัยใหม่ ที่ช่วยทำลายข้อจำกัด ให้เกิดการก้าวกระโดดของการพัฒนาต่อยอด และสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ตอบโจทย์ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) และยังสอดคล้องกับหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy : SEP) (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2019)

จากการศึกษานำมาซึ่งการประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยว BCG-TOURISM จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2580 ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2565 – 2570 (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2021) และแผนกลยุทธ์เพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสีเขียว ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2565 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด้วยการนำเอาองค์ความรู้และเทคโนโลยีตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ, เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ แปรรูปผลผลิตอย่างเป็นระบบ มีการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากร ลดการใช้พลังงานและปริมาณขยะ ไม่สร้างมลพิษหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมโลกจากการดำเนินงานผ่านการศึกษารวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลนโยบายโมเดลเศรษฐกิจ BCG ในบริบทการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยประเด็นสำคัญ 4 ประเด็น (BCG, 2022) ได้แก่ 1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และสถานประกอบการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2. การลดการใช้ทรัพยากร การหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ และการจัดการของเหลือทิ้ง 3. การควบคุมการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และมลพิษจากภาคการท่องเที่ยวและ 4. การฟื้นฟูธรรมชาติและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นเกี่ยวกับแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG ในมิติด้านการท่องเที่ยวชี้ให้เห็นว่าหากแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนมีการนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ทั้งด้านเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว จะนำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป โดยมีแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนภายใต้การประยุกต์ใช้ โมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM สู่การพัฒนาที่ยั่งยืนดังจะกล่าวในลำดับต่อไป

บทวิจารณ์

ความท้าทายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชน คือการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมการบริหารจัดการรายได้จากการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเป็นระบบ โดยจำเป็นจะต้องสำรวจความพร้อมในด้านต่างๆ ของชุมชน ได้แก่ ความพร้อมด้านศักยภาพของพื้นที่และขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ความพร้อมด้านบุคลากรในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนภาคีเครือข่ายที่มีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันและขับเคลื่อนชุมชนสู่การเติบโต (Phutthachon, 2017) มากไปกว่านั้นคือการปรับเปลี่ยนแนวคิดและการดำเนินงานของชุมชนโดยให้ความสำคัญกับเป้าหมายด้านเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนมากยิ่งขึ้น ตลอดจนความพร้อมและความต้องการของคนในชุมชนเป็นหลัก รวมถึงการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับเป็นสำคัญ เพื่อให้ชุมชนมีเงินทุนในการหล่อเลี้ยงตนเองในระยะยาว ถึงแม้จะเป็นเพียงรายได้เสริมแต่หากทำให้เกิดความยั่งยืนได้จากการพึ่งพาตนเองของชุมชนต่อไป (Dechtongkam, 2021) ดังนั้นสำหรับแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนแห่งใหม่ที่ค้นพบคุณค่าและอัตลักษณ์ของตนเองแต่ยังไม่สามารถต่อยอดหรือส่งต่อคุณค่าเหล่านั้นสู่สายตานักท่องเที่ยวได้ การได้รับความช่วยเหลือและดูแลจากธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชน ถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่จะมีบทบาทในการเป็นพี่เลี้ยงให้กับชุมชนด้วยการลงพื้นที่เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก รวมถึงโอกาสและอุปสรรคของชุมชนในการผลักดันและส่งเสริมให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนแห่งใหม่ที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในอนาคต อีกทั้งยังมีส่วนช่วยและเป็นสื่อกลางในการประสานงานระหว่างภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อขอความร่วมมือในด้านที่เกี่ยวข้องของแต่ละหน่วยงาน ตลอดจนการวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่ทันสมัยสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว (Poolsawat, & Srimai, 2018)

จากการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนที่มีที่ปรึกษาและชี้แนะแนวทางจากธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยวสามารถต่อยอดคุณค่าและประสบการณ์จากสินค้าและบริการของชุมชน และพัฒนาชุมชนให้เติบโตขึ้นได้ภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM ตัวอย่างเช่น การจับมือกับธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชน ได้แก่ บริษัท โลเคิล อลด์ จำกัด บริษัท ฟายด์ โพลด์ จำกัด บริษัท ฟรายเดย์ ทริป จำกัด และบริษัท โพสิทีฟ กรุ๊ป วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ร่วมออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจใหม่ BCG Economy และ Happy Model สร้างเรื่องราวใหม่ให้นักเดินทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชนได้เลือกชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP และสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) และเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีและน่าจดจำ และยังช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการเดินทางแต่ละครั้งให้สูงขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างทั่วถึงบนการพัฒนาอย่างยั่งยืน ชุมชนต้นแบบ BCG & Happy Model หนึ่งในโครงการภาครัฐภายใต้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมีทั้งหมด 12 ชุมชน 25 เส้นทาง ครอบคลุม 5 ภูมิภาค ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนคนคลองบางป่า จังหวัดราชบุรี นำน้ำอ้อยพาสเจอร์ไรซ์ สินค้า OTOP จากโรงงานโดยให้บริการคู่กับสินค้า GI อย่างสับปะรดบ้านคา เป็นเครื่องมือสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึง ส่วนชุมชนนาหว้า จังหวัดนครพนม นำหมุยดอกทองซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้า OTOP ของจังหวัดมาเป็นส่วนประกอบในเมนูยำรับประทานคู่กับน้ำลิ้นจี่ จากสินค้า GI ลิ้นจี่ พันธุ์นครพนม เป็นต้น จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและบทบาทหน้าที่ของธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชนที่มีต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เติบโตต่อไป นำมาซึ่งแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชน ภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM (Tourism Authority of Thailand, 2022) ที่จะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM สำหรับแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM จำเป็นจะต้องอาศัยความสมดุลระหว่างการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียวเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนที่แท้จริงซึ่งสามารถอธิบายตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้ (National Science and Technology Development Agency, 2020; Office of Trade Policy and Strategy, 2023)

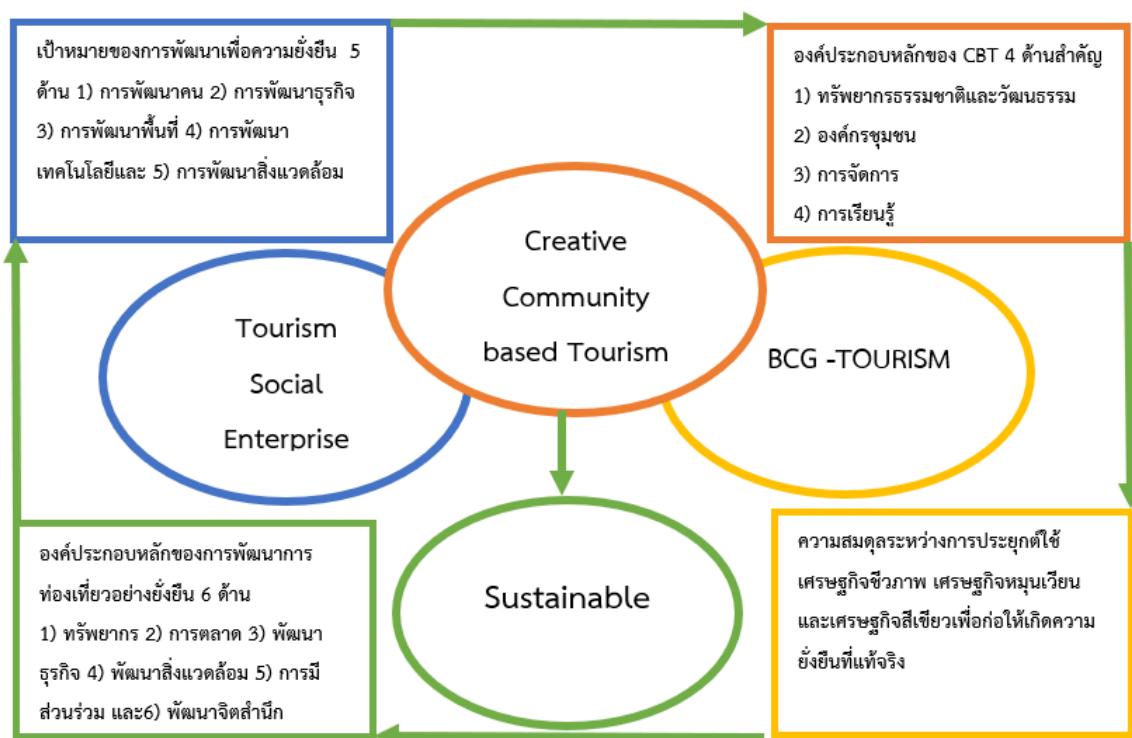
1. แนวทางเศรษฐกิจชีวภาพ ในมิติด้านการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นไปที่การประยุกต์ใช้ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การนำความรู้และนวัตกรรมทางชีววิทยาหรือทรัพยากรชีวภาพมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวหรือการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้จัดการกับผลผลิต ในรูปแบบฟาร์มอัจฉริยะ หรือ Smart Farming ที่เน้นการดูแลผลผลิตแบบเกษตรอินทรีย์อย่างครบวงจร มีการดูแลกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และการพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ ปลอดภัย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามวิถีอินทรีย์ ยกตัวอย่างเช่น การนำทรัพยากรภายในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น การนำพืชสมุนไพรไทยมาทำเป็นลูกประคบสมุนไพรเพื่อผ่อนคลายความเมื่อยล้าจากการทำงาน อีกทั้งยังช่วยให้ระบบการไหลเวียนของเลือดดีขึ้น โดยทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามโดยใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมย่อยสลายได้ง่ายและนำเสนอขายผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น

2. แนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ในมิติด้านการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ด้านสินค้าและบริการ คือ การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เพียงพอและเกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการนำเอาผลผลิตหรือบริการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า และนำกลับมาใช้ซ้ำหรือปรับปรุงใหม่ได้ ซึ่งเป็นการช่วยลดปริมาณการใช้วัตถุดิบ เพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน รวมถึงสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การนำวัสดุจากธรรมชาติมาใช้เป็นภาชนะใส่อาหารหรือน้ำดื่ม หรือการให้บริการน้ำดื่มจากขวดแก้วแทนขวดพลาสติก เป็นต้น

3. แนวทางเศรษฐกิจสีเขียว ในมิติด้านการท่องเที่ยวโดยการประยุกต์ใช้ด้านกระบวนการส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ ด้วยการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสีเขียวอย่างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืนโดยการใช้สารเคมี และลดปริมาณของเหลือทิ้งหรือขยะลง ตลอดจนสามารถนำขยะไปแปรรูปให้เกิดมูลค่าได้ ยกตัวอย่างเช่น การส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสีเขียวระหว่างแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนและนักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ร่วมกัน เช่น การออกแบบเส้นทางปั่นจักรยานสีเขียวเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนและยังมีส่วนช่วยลดผลกระทบจากภาวะโลกร้อนด้วยการลดใช้พลังงาน เป็นต้น

บทสรุป

กล่าวโดยสรุปถึงแนวทางการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยกิจการเพื่อสังคมสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่ระหว่างภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระหว่างกัน ทั้งหน่วยงานจากภาครัฐและเอกชนในการผลักดัน ส่งเสริมและสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนได้มีโอกาสเติบโตและพัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพบนพื้นฐานของความยั่งยืนโดยจำเป็นจะต้องพึ่งพาธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชนสำหรับแหล่งท่องเที่ยวอันใหม่ที่ยังคงต้องการที่เลี้ยงในการออกแบบและวางแผนทิศทางของการพัฒนาสู่ความสำเร็จ ภายใต้แนวคิดหลัก 3 ประการอันได้แก่ 1) การใช้ทรัพยากรชีวภาพในชุมชน 2) กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 3) การคืนกำไรสู่สังคมนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสังคม Circular Colab (2018) เพื่อสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในถิ่นฐาน ซึ่งจะนำมาซึ่งการรักษาฐานทุนทางทรัพยากรและวัฒนธรรมของตน ตลอดจนการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างงานสร้างอาชีพในท้องถิ่นส่งผลต่อการลดจำนวนของประชากรที่ย้ายถิ่นฐานและยังก่อให้เกิดความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีผ่านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและการเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการตนเองเพื่อความยั่งยืนของชุมชนต่อไป โดยแสดงความสัมพันธ์ถึงการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยกิจการเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยกิจการเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG-TOURISM
(ที่มา: พัฒนาโดยผู้เขียน)

บรรณานุกรม

- Adomako, S., & Tran, M.D. (2021) Local Embeddedness, and Corporate Social Performance: The Mediating Role of Social Innovation Orientation. *Corporate Social Responsibility and Management*, 29(2), 329-338.
- BCG. (2022). *From BCG Model to BCG Tourism, Adding Sustainability Ingredients to Food Community Tourism - Health*. Retrieved July 5, 2023, from <https://www.bcg.in.th/data-center/articles/bcg-tourism/>.
- Bioeconomy Research Community Circular Economy and Green Economy. (2018). *BCG in White Paper Action*. Retrieved September 6, 2023, from <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/>.
- Chinchot, P., & Chanthuk, T. (2016). Suan Phueng's Creative Tourism Management Model. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(1), 250–268.
- Dechtongkam, K. (2021). Creative Tourism Management towards Business Sustainability under the COVID-19 Crisis. *Thai International Tourism Academic Journal, National Institute of Development Administration*, 2(17), 1-18.
- Dechtongkam, K. (2023). Potential Development of Creative Community-Based Tourist Attractions for Sustainability: A Case Study of Ban Kohkerd Chao Phraya Riverside Community, Phranakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Ayutthaya Studies Institute*, 15(1), 65-79.
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2015). *Community Base Tourism*. Bangkok: Cocoon & Co.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: A Success*. Germany: The German Development Agency (GTZ).
- Kosol, O., & Suttawet, C. (2013). Sustainable Tourism Management for Supporting ASEAN Economics Community. *Journal of Politics and Governance*, 4(1), 220-232.
- Lepoutre, J., Justo, R., Terjesen, S., & Bosma, N. S. (2013). Designing a Global Standardized Methodology for Measuring Social Entrepreneurship Activity: The Global Entrepreneurship Monitor Social Entrepreneurship Study. *Small Business Economics*, 40(3), 693-714.
- Local Alike. (2024). *Travel Thailand Locally with Local Alike*. Retrieved January 5, 2024, from <https://localalike.com/>.
- Masiriri, P. (2020). Social Enterprise and Solving Problems in Thai Society. *Ganesha News*, 16 (1), 1-16.
- Mali, K. (2014). Social Enterprise in Thailand. *Journal of Economics and Management Strategy*. 1(2), 104-112.
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2019). *BCG in Action: The New Offer Sustainable Growth Engine, Economic Model for Sustainable Development*. Retrieved July 5, 2023, from <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/>.
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2021). *Action plan for driving Develop Thailand with the BCG economic model 2021-2027*. Retrieved July 5, 2023, from <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/bcg/BCG-Action-Plan.pdf>.
- Ministry of Tourism and Sports. (2013). *Creative Tourism Experience Local Wisdom*. Retrieved July 5, 2023, from http://www.thaicreativetourism.com/detail_tour.php?id=1.
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *Plan for Improving Sustainable and Creative Community-Based Tourism Development 2018-2022*. Retrieved July 5, 2023, from <https://secretary.mots.go.th/views/1481>.

- Ministry of Tourism and Sports. (2022). *Tourism Development Plan No. 3 (2023-2027)*. Retrieved July 5, 2023, from https://secretary.mots.go.th/more_news.php?cid=60.
- National Science and Technology Development Agency. (2020). *BCG in Action: Tourism and Economics Create*. Retrieved July 5, 2023, from <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2021/bcg-in-action-tourism-creativeeconomy.pdf>.
- Office of Social Enterprise Promotion. (2023). *Social Enterprise*. Retrieved July 5, 2023, from <https://www.osep.or.th/>.
- Office of Trade Policy and Strategy. (2023). *Project to Study Ways to Enhance the Development of Community Enterprises Under the BCG Economic Model*. Retrieved July 5, 2023, from https://kukr.lib.ku.ac.th/kukr_es/kukr.
- Phutthachon, T. (2017). *Textbook Project on Community Tourism Management for Sustainable Development*. Bangkok: Faculty of Management Science, Silpakorn University.
- Poolsawat, P., & Srimai, S. (2018). Social Enterprises and Sustainable Social Development: Lessons from Foreign Countries and Development Guidelines in Thailand. *Journal of Business Administration Economics and Communication*, 13(3), 15-32.
- Richard, G. (2009). Creative Tourism and Local Development. *Journal of Financial Stability*.
- Robinson, J. A., Mair, J., & Hockerts, K. (2009). *International Perspective on Social Entrepreneurship*. London: Palgrave Macmillan.
- Saengchamnong, M., & Sangchumnong, A. (2023). Thai Phuan-Soft Power: Thai Puan Cultural Tourism in Thailand. *Thai Media Fund Journal*, 2(1), 65-91.
- Sanguansri, P. (2003). *Community Tourism Guide*. Bangkok: Tourism for Life and Nature Project.
- Sansanivudhayakul, I. (2013). The Analysis of Social Enterprise Policy by Using Policy Network Approach. *Modern Management Journal*, 11(2), 39-57.
- Subha, N., Naganandini, S., & Raja, S. R. (2021). Social Marketing-A Holistic Concept of Management. *International Journal of Aquatic Science*, 12(3), 3223-3226.
- Wisutthilak, S. (2013). *Creative Tourism (Creative Tourism 21 Thailand) Administrative Organization Development of Special Areas for Sustainable Tourism 22 (Public Organization)*. Retrieved September 5, 2023, from <https://www.dasta.or.th/th/article/2118>.
- The Association of Southeast Asian Nations. (2016). *ASEAN Community Based Tourism Standard*. Retrieved from <https://www.asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-Community-Based-Tourism-Standard.pdf>
- The Thailand Community Based Tourism Institute. (2023). *Community – Based Tourism – CBT*. Retrieved July 5, 2023, from <http://www.cbt-i.or.th/>.
- Tourism Authority of Thailand. (2022). *25 BCG & Happy Model Tourist Routes, Prototypes Connecting Community Tourism Local Products (OTOP) and Geographical Indications (GI) According to Development Guidelines New Economy for Sustainability*. Retrieved September 5, 2023, from <https://tourismproduct.tourismthailand.org/wp-content/uploads/2022/10/25>.
- Tourism Authority of Thailand. (2023). Travel According to the BCG TOURISM Concept. Retrieved September 5, 2023, from <https://tatacademy.com/th/publish/article/e64b2554-d206-4e07-8c83-5df6a1f4fe65>.



- UNESCO. (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion. In *the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism. October 25-27. Santa Fe, New Mexico, USA.*
- World Trade Organization. (1998). *E-commerce in Developing Countries Opportunities and Challenges for Small and Medium-sized Enterprises*. Switzerland: World Trade Organization.
- Yunus, M. (2007). *Creating a World without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. New York: Public Affairs.