

การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์¹

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 5 หัวข้อหลัก ได้แก่ (1) บทนำ ว่าด้วยแนวคิดในภาพรวมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน (2) การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็ก รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน อันแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและแนวทางการใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยบรรลุทั้งวัตถุประสงค์ด้านการท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์เดิมของการจัดกิจกรรม (3) การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ทางออกหนึ่งของการแก้ปัญหาธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ โดยได้นำเสนอแนวทางอย่างเป็นรูปธรรมในการใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาราคาลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (4) การคมนาคมอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ซึ่งเป็นตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประการหนึ่ง ของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม โดยได้นำเสนอแนวทางการวางแผนและการบริหารจัดการการคมนาคมของนักท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม และ (5) กรอบแนวคิดและแนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม ต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์สามระดับและหกขั้นตอนการดำเนินงาน ทั้งนี้ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม สามารถใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของบทความนี้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน เพื่อให้ได้รับผลลัพธ์ในด้านบวกมากที่สุด และเกิดผลกระทบในด้านลบน้อยที่สุดในระยะยาวทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ : 1. การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม 2. การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เน้นความยั่งยืน
3. การบริหารการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม 4. การสื่อสารกิจกรรม

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อีเมล : junprasit@yahoo.com

โทร : 08 6982 3699

Event tourism: a new alternative for sustainable tourism

Wasan Janprasit²

Abstract

This article consists of five main topics: (1) an introduction that provides an overview of sustainable event tourism, (2) a discussion of small event tourism that explains how small events can be appropriately adapted for sustainable event tourism and how to use small event tourism to promote sustainable tourism in order to achieve the goals of both the tourism business and the event itself, (3) a discussion of event tourism as an alternative solution for economic sustainability during the low tourist season. Practical guidelines are presented in order to solve economic problems as a result of a decline in the number of tourists and the amount of tourism revenue during the low tourism season. (4) A discussion of sustainable transportation as one of indexes to measure the sustainable aspect of event tourism. Specifically, there is an emphasis on the means to plan and manage the transportation or mobility of tourists who participate in event tourism. Finally, (5) a discussion of how to implement a multi-stakeholder's involvement in the management framework for sustainable event tourism. This framework consists of three strategic levels and six stages which are embedded within these three levels. Additionally, this article reveals guidelines for sustainable event tourism management with the aim of maximizing positive benefits while minimizing negative impacts in the long term. These guidelines cover three significant dimensions, namely, economic, social, and environmental. This information can benefit management as well as all other stakeholders involved in event tourism.

Keywords: 1. Event tourism 2. Sustainable event tourism 3. Event tourism management
4. Event communication

² Assistant Professor, Ph.D., Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, Phuket, Thailand. Email address: junprasit@yahoo.com Tel: 08 6982 3699

บทนำ : การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เห็นความยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (event tourism) คือกลยุทธ์การตลาดในเชิงรุก เป็นการสร้าง ดัดแปลง และหาแนวทางการท่องเที่ยวโดยใช้การจัดกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และบรรลุวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากที่สุด (O'Brien & Chalip, 2007) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน (sustainable event tourism) ได้นั้นจะต้องมีการบริหารจัดการ และการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักการการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organization, 2019) ได้ให้นิยามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) ไว้ว่า คือการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้มาเยือน ภาคธุรกิจ สิ่งแวดล้อม และชุมชนผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมี 4 ประการหลัก ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกประเภทและทุกรูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ได้แก่ 1) ใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยอนุรักษ์ไว้ซึ่งระบบนิเวศ ทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ 2) เคารพและอนุรักษ์ภูมิปัญญา มรดกทางสังคม-วัฒนธรรมดั้งเดิม วิถีชีวิต ค่านิยมของชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการทำความเข้าใจและเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง 3) ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะยาวและเป็นรูปธรรมต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้ได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เช่น สร้างการจ้างงานที่มั่นคง สร้างโอกาสการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นและทำประโยชน์แก่สังคมท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงมีส่วนช่วยแก้ปัญหาความยากจน (UNEP & UNWTO, 2005 cited in World Tourism Organization, 2019) และ 4) ให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพิ่มคุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวให้มากกว่าการเที่ยวชมแบบผิวเผิน สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อประเด็นเรื่องความยั่งยืน ตลอดจนส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้แก่นักท่องเที่ยว (Holden, 2005 cited in Kaewthep, 2014)

ดังนั้น เมื่อพิจารณาแบบองค์รวม เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน มีความสอดคล้องกับแนวคิดและหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ ต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้ กำไรแก่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ปกป้องสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น (Gibson, Kaplanidou, & Kang, 2012; Liu, 2003) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาในสามมิติอย่างสมดุลกัน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม (United Nations World Tourism Organization, 2004)

การพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบันซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม มักเน้นประโยชน์ด้านเศรษฐกิจในแง่รายได้เป็นหลัก โดยมองข้ามประโยชน์ในมิติอื่น ๆ และละเลยการป้องกันผลกระทบด้านลบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่สอดคล้องกับหลักการการพัฒนาอย่างยั่งยืน เช่น การจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ระดับชาติ ระดับภูมิภาคของโลก หรือระดับโลก (อาทิ งานมหกรรมพืชมานโลก การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก) ที่ต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก สร้างภาระหนี้สินให้แก่เมืองหรือประเทศผู้จัดกิจกรรมในการลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ ก่อให้เกิดปัญหาการจราจร ติดขัด มลพิษทางอากาศ ปัญหาขยะ และในที่สุดก็ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนที่อาศัยอยู่เดิมในชุมชน เมือง หรือประเทศที่มีการจัดกิจกรรม (Chirieleison & Scrucca, 2017; Gibson, et al., 2012; Kelly & Fairley, 2018)

นอกจากนี้ การใช้ ประยุกต์ ดัดแปลงกิจกรรมของชุมชนเป็นเครื่องมือส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบในเชิงสังคม-วัฒนธรรม แม้จะประสบความสำเร็จในเชิงปริมาณที่วัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในระยะสั้น แต่อาจเป็นการทำลายเป้าหมายเดิมแท้ของกิจกรรมอันเป็นภูมิปัญญาและวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน (Kelly & Fairley, 2018) จนในที่สุดอาจนำไปสู่การแตกความสามัคคีของคนในชุมชน เพราะมีเงื่อนไขผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องกับมากเกินไป

จากที่กล่าวมาน่าจะเป็นมูลเหตุเพียงพอที่ทำให้ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกาการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการประชุมและการจัดนิทรรศการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ภาคเอกชน เช่น สมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย หอการค้าไทย หอการค้าจังหวัด และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว หันมาให้ความสำคัญกับแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เน้นความยั่งยืนให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อการพัฒนาท้องถิ่นหรือชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะคนในชุมชนไม่ได้เป็นเพียงผู้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอีกด้วย (Panyik, Costa & Ratz, 2011) ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาท้องถิ่นมากขึ้น เพราะนอกจากประโยชน์ทางตรงที่ส่งผลให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นดีขึ้นแล้ว ยังก่อให้เกิดประโยชน์ทางอ้อมในด้านการสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานที่หรือเมืองที่จัดกิจกรรม สร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในท้องถิ่น และเสริมสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้แก่คนในท้องถิ่นอีกด้วย (Arnegger & Herz, 2016) ดังเช่น ในเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นเดือนที่ตรงกับวันแห่งความรัก อำเภอสามเงา จังหวัดตาก การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานเขื่อนภูมิพล องค์การปกครองท้องถิ่นในพื้นที่ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดตาก ได้จัดงานวิถีวัฒนธรรมแห่งความรักเหนือลุ่มแม่น้ำปิงเพื่อส่งเสริม สืบทอด อนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของคนไทย ตลอดจนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสามเงา จังหวัดตาก และกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงที่มีกิจกรรมในท้องถิ่นมากขึ้น โดยได้กำหนดจัดงานจดทะเบียนสมรส ณ เกาะวาเลนไทน์เหนือเขื่อนภูมิพล ภายในงานมีพิธีสงฆ์เจริญพุทธมนต์คู่สมรส ณ บริเวณพลับพลาสันเขื่อนภูมิพล มีการถ่ายรูปแสดงมีสื่อแห่งความรัก มีขบวนแห่ขันหมาก ขบวนกลองยาว และขบวนแห่ของชุมชนต่าง ๆ ในอำเภอสามเงา และกิจกรรมบายศรีสู่ขวัญผูกข้อมือคู่รักหรือคู่สมรส (Painaidee, 2015)

แม้ว่าในแวดวงวิชาการจะมีการศึกษาวิจัยแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาระยะหนึ่งแล้ว แต่การศึกษาวิจัยในประเด็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนยังอยู่ในขั้นเริ่มแรก (Kay Xin, Chan, Vogt & Mohamed, 2016; Lim, 2016) โดยที่ในบทความนี้ได้นำเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม เพื่อให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้เขียนได้วิเคราะห์ สังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อันประกอบด้วยสามแนวทางหลัก ได้แก่ 1) การใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และ 3) การบริหารจัดการการคมนาคมของนักท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผู้จัดหรือผู้บริหารการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมสามารถเลือกใช้แนวทางใดแนวทางหนึ่งหรือทั้งสามแนวทาง

ร่วมกันได้ตามความเหมาะสมกับบริบทเฉพาะของแต่ละพื้นที่

นอกจากนี้ในหัวข้อสุดท้ายของบทความ ผู้เขียนได้วิเคราะห์และอธิบายเนื้อหากรอบแนวคิด และแนวทางการจัดการที่มีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม (Multi-Stakeholder Involvement Management framework: MSIM framework) ต่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็ก รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน: ประเด็นที่พึงพิจารณาและแนวทางการส่งเสริม

การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็ก (small-scale event tourism) นับเป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน โดยที่รูปแบบกิจกรรมสามารถจัดได้ทั้งในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัด แต่ที่ผ่านมา การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมมักอยู่ในบริบทการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ ทั้งที่การจัดกิจกรรมขนาดเล็ก ก่อให้เกิดประโยชน์แก่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าบ้านมากกว่า เนื่องจากจัดขึ้นโดยใช้โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วในพื้นที่ รวมทั้งใช้เงินลงทุนจากภาครัฐน้อย ไม่เกิดปัญหาการแออัดของนักท่องเที่ยว (Kelly & Fairley, 2018) จึงนับเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดประโยชน์ในหลายมิติ ทั้งมิติด้านการส่งเสริมมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น สร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจอื่น ๆ ในชุมชน มิติด้านสังคมที่ทำให้คนในชุมชนได้รับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเมื่อมีการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็กเกิดขึ้นในชุมชนนั้น ๆ (Gibson, et al., 2012) และทำให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง อีกทั้งการที่ชุมชนจัดกิจกรรมต่าง ๆ เป็นประจำ เช่น การจัดขึ้นทุกปี นับเป็นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างกลุ่มอาสาสมัครในชุมชนที่มีทักษะการช่วยงานด้านต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมทั้งในปัจจุบัน และอนาคต (Ziakas, 2010) และมีมิติด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็ก ทำให้ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เกิดขึ้นในระดับที่น้อยมาก เพราะผู้มีส่วนร่วมในการจัดการและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่นหรือผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับชุมชนที่มีการจัดกิจกรรม ทำให้ใช้ระยะเวลาในการเดินทางน้อย ส่งผลให้มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศน้อย ตลอดจนปัญหาการจัดการขยะ และปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากเกินไปเกินความสามารถในการบริหารจัดการของชุมชนก็ลดน้อยลงด้วยเช่นกัน (Gibson, et al., 2012)

ประเด็นที่พึงพิจารณาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็กเพื่อให้เป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือ ไม่ควรใช้การจัดกิจกรรมเพื่อตอบสนองเป้าหมายการตลาดให้แก่แหล่งท่องเที่ยว จนละเลยเป้าหมายเดิมของกิจกรรม กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมควรให้ผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมระหว่างผู้จัดกิจกรรมที่เป็นกลุ่มคนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมขนาดเล็กมักจัดขึ้นโดยกลุ่มคนเล็ก ๆ องค์กรขนาดเล็กในท้องถิ่น หรือองค์กรเอกชนขนาดเล็กที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งเป้าหมายหลักของการจัดกิจกรรมขนาดเล็กในท้องถิ่น มิใช่เพื่อการท่องเที่ยวโดยตรง แต่เพื่อเฉลิมฉลองทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้ที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกัน เพื่อพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนแนวคิดและมุมมองในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตลอดจนเผยแพร่สิ่งที่สนใจร่วมกัน แสดงออกถึงความภาคภูมิใจระหว่างกัน และส่งต่อความภาคภูมิใจนั้นให้แก่คนภายนอกที่เข้ามาร่วมกิจกรรมให้ได้ร่วมรับรู้ หรือสื่อสารถึงอัตลักษณ์กลุ่ม (Kelly & Fairley, 2018) ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมขนาดเล็ก นอกจากหวังผลลัพธ์ในมิติทางเศรษฐกิจแล้ว ควรคำนึงผลกระทบในมิติด้านสังคม-วัฒนธรรมร่วมด้วย

สำหรับการรวมตัวกันเพื่อจัดกิจกรรมขนาดเล็กของภาคเอกชน ชุมชน สมาคม หรือกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ส่วนใหญ่มักมีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการตลาด โดยเฉพาะหากต้องการจัดกิจกรรมให้มีคุณภาพมากขึ้น มีมาตรฐานที่สูงขึ้น เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ตลอดจนสร้างความพึงพอใจจนทำให้เกิดการมาเยือนซ้ำของผู้เข้าร่วมกิจกรรม และเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมรายใหม่ให้มากขึ้น ย่อมจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากองค์กรภายนอก ซึ่งผู้ให้เงินสนับสนุนรายสำคัญมักเป็นองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism Organizations) ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งสำนักงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กองการท่องเที่ยวและกีฬาขององค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดต่าง ๆ โดยเฉพาะจังหวัดที่มีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว

ในแง่การรับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น มีผลทำให้การจัดกิจกรรมมีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมาย กล่าวคือ กิจกรรมถูกจัดขึ้นเพื่อตอบสนองเป้าหมายการตลาดให้แก่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าเป้าหมายเดิมของผู้จัดกิจกรรม โดยที่องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ให้เงินสนับสนุนหรือเข้าไปช่วยเหลือในการจัดกิจกรรมขนาดเล็กของชุมชนท้องถิ่น หรือบูรณาการกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยชุมชนให้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญของการจัดกิจกรรม เช่น ต้องมีการทำการตลาดเพื่อแสวงหาตลาดเป้าหมายกลุ่มใหม่ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ต้องเพิ่มกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ให้มีมากขึ้น ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ครอบคลุมรองรับนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม เชื่อมโยงการจัดกิจกรรมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรมมีขอบเขตพื้นที่การท่องเที่ยวที่กว้างขึ้น พำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนานขึ้น และใช้จ่ายมากขึ้น (Kelly & Fairley, 2018)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า สิ่งที่ผู้จัดกิจกรรมต้องแลกกับการได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากองค์กรภายนอกหรือองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ เป้าหมายเดิมของการจัดกิจกรรมอาจเจือจางลง และเพิ่มความเข้มข้นให้กับเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือ ผู้ได้รับผลประโยชน์จากการจัดกิจกรรมคือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าที่จะเป็นผู้จัดกิจกรรมหรือตัวกิจกรรมเอง

แนวทางออกของปัญหาดังที่กล่าวมาคือ “การทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดในรูปแบบการเป็นพันธมิตรระหว่างกันของผู้จัดกิจกรรมและองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว” ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทั้งสองฝ่ายมีอำนาจในการตัดสินใจ และได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินงานที่เป็นธรรมหรือเท่าเทียมกัน มีเป้าหมายและค่านิยมในการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน มีการกระจายอำนาจในความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกัน (Kelly & Fairley, 2018)

ข้อเสนอแนะในการมีความสัมพันธ์อย่างเท่าเทียมกันระหว่างคณะผู้จัดกิจกรรมและองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เป็นผู้ให้เงินสนับสนุนการจัดกิจกรรมคือ คณะผู้จัดกิจกรรมควรมีอำนาจในการเจรจาต่อรองกับองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวในเงื่อนไขต่าง ๆ มีขอบเขตการใช้จ่ายเงินเพื่อการจัดกิจกรรมอย่างชัดเจน และกำหนดขึ้นด้วยมุมมองที่เปิดกว้าง โดยไม่ควรอนุญาตให้ผู้จัดกิจกรรมสามารถนำเงินทุนที่ได้รับสนับสนุนไปใช้เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวหรือทำการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ควรอนุญาตให้ผู้จัดกิจกรรมสามารถนำเงินที่ได้รับการสนับสนุนไปใช้จ่าย ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจหลักของการจัดกิจกรรม หรือใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์หลักของการจัดกิจกรรมที่มีมาตั้งแต่ต้นด้วย นอกจากนี้

ควรคำนึงถึงประเด็นเรื่อง “การกระจายผลประโยชน์ทางธุรกิจอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ซึ่งเกิดจากกิจกรรมที่จัดขึ้นในชุมชนท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว” หากทางป้องกันไม่ให้เกิดผลประโยชน์ส่วนใหญ่ทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวตกอยู่กับนักธุรกิจแต่เพียงฝ่ายเดียว

การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมจำเป็นต้องอาศัย “การมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลายภาคส่วน” (Misener, 2015) ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว คนในชุมชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและทุกฝ่ายต่างมีความพึงพอใจต่อประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ดังเช่น การใช้กิจกรรมทางการเกษตร “งานของดีเมืองจันทร์ วันผลไม้” ซึ่งจัดขึ้นในช่วงเดือนพฤษภาคมของทุกปี เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้คือสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี ต้องประสานความร่วมมือแบบบูรณาการกับหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของสวนผลไม้ต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดจันทบุรี ชมรมสวนผลไม้เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในการร่วมจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์ร่วมกัน ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม “งานของดีเมืองจันทร์ วันผลไม้” ที่ยกมานี้ เป็นไปตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงผลกระทบด้านบวก ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็กในระดับจังหวัดที่จัดขึ้นถือเป็นทางออกให้กับชาวสวนที่ประสบปัญหาราคาผลไม้ตกต่ำและมีจำนวนมาก เป็นการกระจายผลผลิตและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลไม้เมืองจันทร์ เป็นการสร้างวิถีชีวิตเกษตรกรชาวสวนผลไม้จังหวัดจันทบุรี สร้างความภาคภูมิใจในอาชีพให้แก่เกษตรกร เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรชาวสวนผลไม้ ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างภาพลักษณ์ผลไม้คุณภาพของจังหวัด (National News Bureau of Thailand, 2018)

นอกเหนือจากแนวทางการใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังที่กล่าวมาในข้างต้นแล้ว ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมยังเป็นกุญแจดอกสำคัญที่ช่วยแก้ไขปัญหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง อันสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับการมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี (Liu, 2003) ซึ่งเป็นความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ทางออกหนึ่งของการแก้ปัญหาธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวคือ ช่วงเวลาที่แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นน้อย นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวมีจำนวนน้อย ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว เจ้าของ/ผู้บริหารธุรกิจการท่องเที่ยวต้องใช้วิธีการที่หลากหลายทางการตลาดเพื่อต่อสู้กับภาวะดังกล่าวนี้ ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขลดทอนเหตุปัจจัยของปัญหา หรือการจัดการกับผลกระทบที่เกิดขึ้น

ปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งที่ริเริ่มใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นช่องทางเสริมรายได้นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้มีฤดูกาลท่องเที่ยวยาวนานมากขึ้น

เพิ่มความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ อีกทั้งยังเป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ที่บทความนี้นำเสนอมีห้าแนวทางหลัก ได้แก่ แนวทางแรก การกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ควรเน้นนักท่องเที่ยวระยะใกล้หรือผู้ที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะกรณีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมือง (Prideaux, 2008) นักท่องเที่ยวหลักของแหล่งท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว คือ คนในชุมชนใกล้เคียง เนื่องจากเป็นโอกาสดีที่คนเหล่านั้นจะได้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยที่ไม่ต้องเบียดเสียดกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก หรือไม่ต้องรอต่อแถวเพื่อซื้อบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาอันยาวนานเหมือนเช่นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และนอกจากนักท่องเที่ยวระยะใกล้แล้ว ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวซึ่งปกติแล้วมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูกกว่าในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ยังเป็นโอกาสที่ธุรกิจการท่องเที่ยวจะเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียนนักศึกษาในช่วงปิดเทอม หรือกลุ่มนักเรียนและบุคลากรในสถาบันการศึกษาที่เดินทางมาทัศนศึกษาในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ

นอกจากนี้ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวควรใช้กลยุทธ์ให้ข้อเสนอพิเศษด้านราคาแก่นักท่องเที่ยว ที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม เพื่อดึงดูดให้คนในชุมชนท้องถิ่นใกล้แหล่งท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น การลดราคาบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว (ซึ่งรายได้จากการจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม ของที่ระลึก สามารถชดเชยรายได้ที่ลดลงจากการลดราคาบัตรเข้าชม) การให้เข้าชมสถานที่แหล่งท่องเที่ยวโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับเด็กตามเกณฑ์อายุที่กำหนด การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การจัดให้มีหนึ่งวันที่ให้เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มอบข้อเสนอพิเศษสำหรับเด็ก เช่น จัดวิทยากรบรรยายพิเศษโดยได้รับส่วนลดหรือไม่คิดค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวที่เด็ก ๆ ชื่นชอบ เช่น สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ

แนวทางที่สอง การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ควรเป็นกิจกรรมขนาดเล็กที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่บทความนี้ต้องการนำเสนอ โดยเน้นให้ความสำคัญเป็นพิเศษคือ “กิจกรรมการแข่งขันกีฬาขนาดเล็ก (small-scale event sport tourism)” ที่จัดขึ้นในชุมชนท้องถิ่นในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักกีฬาผู้เข้าร่วมการแข่งขันและผู้เข้าชมการแข่งขัน เช่น ในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปีที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมวิ่ง สนุก อนุรักษ์เต่าทะเล (Turtle fun run) ซึ่งเป็นกิจกรรมการวิ่งมาราธอน จัดโดยมูลนิธิเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเลหาดไม้ขาว โรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักวิ่งอายุระหว่าง 5 - 85 ปี จากจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักในโรงแรม พนักงานโรงแรมต่าง ๆ ในกลุ่มสมาชิกภาคหาดไม้ขาว เยาวชนและนักศึกษาจากโรงเรียนและมหาวิทยาลัยในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียง มีวัตถุประสงค์การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และสร้างการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างนักวิ่ง ลูกค้ายของโรงแรม พนักงานโรงแรม นักเรียน นักศึกษา หน่วยงานราชการ และชาวชุมชนไม้ขาวอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เป็นการแข่งขันกีฬาขนาดเล็ก ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนเจ้าบ้านโดยตรงและเต็มเม็ดเต็มหน่วยมากกว่ากิจกรรมการแข่งขันกีฬาขนาดใหญ่ (Veltri, Miller & Harris,

2009) โดยเฉพาะกิจกรรมที่ใช้ระยะเวลาหลายวันในการแข่งขัน และรูปแบบของการจัดกิจกรรมมีอิทธิพลต่อระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยวในชุมชนที่จัดกิจกรรม ดังเช่นผลการศึกษาของ Gibson, et al. (2012) ที่รายงานว่า กิจกรรมการแข่งขันกีฬาที่ใช้ระยะเวลาในการแข่งขันหลายวัน หรือเป็นกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมมีโอกาสได้ร่วมทำกิจกรรมหลาย ๆ กิจกรรมในชุมชนเจ้าบ้านที่จัดกิจกรรมการแข่งขัน ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะใช้เวลาพำนักอยู่ ณ เมือง/ชุมชนที่จัดกิจกรรมหลายวัน ซึ่งระยะเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมการแข่งขัน ดังเช่นการแข่งขันกีฬาอิงธนู ซึ่งจัดขึ้นที่เมืองเกนส์วิลล์ รัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นการแข่งขันระดับภูมิภาคที่มีผู้มีส่วนร่วมและผู้เข้าชมเดินทางมาจากเมืองต่าง ๆ หลายเมือง เป็นกิจกรรมการแข่งขันที่ใช้เวลามากกว่าหนึ่งวัน ทำให้ผู้ที่เดินทางมาร่วมกิจกรรมใช้เวลาพำนักอยู่ ณ เมืองนี้นานกว่ากิจกรรมการแข่งขันวิ่งมาราธอน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นที่เมืองนี้เช่นกัน แต่ใช้ระยะเวลาในการแข่งขันเพียงวันเดียว ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันวิ่งมาราธอนส่วนใหญ่ เดินทางมาถึงเมืองที่จัดกิจกรรมในวันที่มีการแข่งขัน ทำให้ผู้จัดกิจกรรมการแข่งขันต้องคิดหาวิธีเพิ่มระยะเวลาการพำนักของผู้ที่เดินทางมาร่วมการแข่งขัน ด้วยการขยายระยะเวลาการแข่งขันในปีถัดไป จากหนึ่งวันเป็นสองวัน โดยที่จะจัดให้มีกิจกรรมการแข่งขันวิ่งประเภทอื่น ๆ ก่อนวันแข่งขันวิ่งมาราธอนหนึ่งวัน เพื่อดึงดูดให้มีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น และพำนัก ณ เมืองที่จัดการแข่งขันนานขึ้น เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกิจกรรมการแข่งขันกีฬาขนาดเล็กด้วยกัน กิจกรรมกีฬาที่ผู้แข่งขันเป็นเยาวชน (youth sports) จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนเจ้าบ้านมากกว่ากิจกรรมการแข่งขันกีฬาของผู้ใหญ่ โดยเฉพาะการแข่งขันกีฬาของเยาวชนหญิง (girls' sport events) เพราะเยาวชนที่ร่วมแข่งขันจะเดินทางมาพร้อมด้วยครอบครัว และผู้ปกครองของเยาวชนส่วนใหญ่ก็ยินดีที่จะสนับสนุนค่าใช้จ่ายแก่บุตรหลานที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างเต็มที่ จึงมีข้อเสนอแนะว่าหากชุมชนเจ้าบ้านต้องการให้การท่องเที่ยวทางกีฬาขนาดเล็กที่จัดขึ้นมีความยั่งยืนในแง่จำนวนผู้เข้าร่วมที่เดินทางมาร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในภาวะที่เศรษฐกิจถดถอยหรือซบเซา ควรเน้นจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาที่กลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชน เพราะไม่ว่าภาวะเศรษฐกิจจะเป็นเช่นไร ผู้ปกครองก็พร้อมที่จะสนับสนุนให้บุตรหลานมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแข่งขัน เพื่อความสุขและคุณภาพชีวิตของบุตรหลาน โดยจะไปตัดค่าใช้จ่ายส่วนอื่นแทนเป็นการชดเชย (Gibson, et al., 2012)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมาก่อนข้างรายงานผลไปในทิศทางเดียวกันว่า นักท่องเที่ยวทางกีฬาจำนวนน้อยที่ให้ความสนใจต่อกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีใช้การแข่งขันกีฬา ณ พื้นที่ที่จัดการแข่งขัน จึงเป็นเรื่องท้าทายที่จะโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวทางกีฬามีส่วนร่วมกับกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชน หนทางแก้ปัญหานี้คือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันควรจัดกิจกรรมคู่ขนานอื่น ๆ ภายในชุมชนที่เข้ากันได้ดีกับกิจกรรมการแข่งขันกีฬา และกำหนดตารางเวลาการแข่งขันกีฬาให้มีเวลาว่าง เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันมีเวลาพอที่จะทำกิจกรรมอื่น ๆ นอกสนามการแข่งขัน เช่น การออกไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน หรือการไปเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าในท้องถิ่น ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังทำให้คนในชุมชนเจ้าบ้านรู้สึกดีและมีความภาคภูมิใจในฐานะที่เป็นคนในพื้นที่ ซึ่งเป็นการส่งเสริมความยั่งยืนทางสังคม ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Ziakas, 2010)

แนวทางที่สาม การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวควรสอดคล้องกับเทศกาล ประเพณี วันสำคัญประจำปีของท้องถิ่น อันจะช่วยให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาอื่น ๆ ที่มีใช้ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม

เป็นช่วงเดือนที่มีลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดเข้าทางฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย จึงเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต และในเดือนตุลาคมของทุกปี จังหวัดภูเก็ตจะมีกิจกรรมเทศกาลประเพณีถือศีลกินผัก ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่มีชื่อเสียงระดับประเทศและต่างประเทศใกล้เคียง

แนวทางที่สี่ การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวอย่างได้ผลดีเพียงไรนั้น ต้องได้รับความร่วมมือจากผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ดังนั้น จึงควรมีการรณรงค์สร้างจิตสำนึกหรือสร้างค่านิยมร่วมของผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ให้แสดงความรับผิดชอบร่วมกันในการเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้ตลอดทั้งปี และให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ไม่ให้นักท่องเที่ยวเผชิญปัญหาไม่มีผู้ให้บริการ หรือมีผู้ให้บริการน้อยรายในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

ส่วน แนวทางที่ห้า หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนหรือร่วมเป็นพันธมิตรกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (Connell, Page & Meyer, 2015) เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต และสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ ให้การสนับสนุนการจัดงาน Andaman Hotelier and Tourism Fair 2018 ระหว่างวันที่ 22 - 24 มิถุนายน 2561 ซึ่งเป็นฤดูฝนและเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวหลักของจังหวัดภูเก็ต รูปแบบการจัดงานมีกิจกรรมการแข่งขันทักษะประเภทต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด "Green and Innovation" อาทิ การจัดดอกไม้ลอยน้ำในสปาแนวรักษ์โลก การจัดเตียงสปา การประกวดผสมเครื่องดื่มค็อกเทล บาร์เทนเดอร์ การแข่งขันชงกาแฟ รวมถึงการจำหน่ายแพคเกจท่องเที่ยวราคาพิเศษ นอกจากนี้ มีการออกบูธผู้ประกอบการด้านสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรมและการท่องเที่ยว จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม สปา และสินค้าอื่น ๆ ซึ่งผู้สนใจสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ในราคาพิเศษภายในงาน (Prachachartonline, 2018)

ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็ก หรือการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรม ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบทั้งสามมิติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) กล่าวได้ว่าทางเลือกต่าง ๆ เกี่ยวกับการคมนาคมของผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อระดับความยั่งยืนโดยรวมของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ดังนั้น การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมตามแนวทางการคมนาคมอย่างยั่งยืน (sustainable transportation/sustainable mobility) ที่นำเสนอในบทความนี้จะก่อประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่น รวมถึงชุมชนเจ้าบ้านซึ่งมักเป็นกลุ่มคนผู้ได้รับผลกระทบในทางลบต่อการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่ไม่คำนึงถึงเรื่องการคมนาคมอย่างยั่งยืน (Chirieleison & Scrucca, 2017)

การคมนาคมอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เห็นความยั่งยืน

หากพิจารณาถึงผลกระทบในด้านลบ รูปแบบของการคมนาคมของผู้เดินทางไปยังสถานที่ที่จัดกิจกรรมอาจสร้างปัญหาต่อความรบกวนให้แก่ผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ โดยเฉพาะกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมาก ย่อมก่อให้เกิดปัญหาการจราจรอย่างแน่นหนา (Müller, 2015) การใช้รูปแบบการคมนาคมที่ไม่คำนึงถึงความยั่งยืน โดยเฉพาะการใช้รถส่วนบุคคลเพื่อเดินทางไปยังสถานที่ที่จัดกิจกรรมในช่วงเวลาที่มีการจัดกิจกรรมเป็นการสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิง ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ และส่งผลเสียต่อสุขภาพของคนในพื้นที่ในที่สุด อันเป็นผลกระทบในทางลบด้านสิ่งแวดล้อม (Zheng, Garrick, Atkinson-Palombo, McCahill

& Marshall, 2013) ในมิติเศรษฐกิจ หากไม่มีการบริหารจัดการด้านการคมนาคมที่ดีหรือมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการไปเยือน ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อรายได้ที่ผู้จัดกิจกรรมจะได้รับ รวมถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม นอกจากนี้ หากขาดการบริหารจัดการด้านการคมนาคมหรือระบบการเดินทางที่ดี ย่อมก่อให้เกิดต้นทุนสาธารณะ เช่น ค่าจ้าง ค่าเบี้ยเลี้ยงที่ต้องจ่ายให้แก่ตำรวจที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง แก้ไขปัญหาจราจรให้แก่ผู้เดินทางเข้าร่วมกิจกรรม (Menezes & Souza, 2014)

กล่าวได้ว่า การจัดกิจกรรมโดยเน้นความยั่งยืน เป็นแนวโน้มการบริหารจัดการกิจกรรมในอนาคตที่ให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องการเดินทางคมนาคมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดกิจกรรม การได้รับการสนับสนุนจากสาธารณะ หน่วยงานภาครัฐและชุมชน (Prayag, Hosany, Nunkoo & Alders, 2013) แนวทางที่องค์กรผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อลดจำนวนการใช้นยานพาหนะส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม มีดังนี้ 1) การยืดเวลาหรือกระจายวันการจัดกิจกรรมเป็นวันต่าง ๆ ที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ อันเป็นการช่วยแก้ปัญหาคอขวดของจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมในวันอื่น ๆ ที่ไม่ใช่วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ เช่น การให้ส่วนลดค่าบัตรเข้าร่วมกิจกรรมในวันธรรมดา จันทร์ - ศุกร์ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการเข้าร่วมกิจกรรมในวันธรรมดาในราคาพิเศษ อย่างไรก็ตาม ผลสัมฤทธิ์ของวิธีการนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแต่ละกิจกรรม เช่น จำนวนวันของการจัดกิจกรรม แนวคิดของการจัดกิจกรรม กลุ่มเป้าหมายหลักของการจัดกิจกรรม ตลอดจนมาตรการสร้างแรงจูงใจ และความสามารถในการบริหารงานของผู้จัดกิจกรรม 2) การรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเลือกรูปแบบการเดินทางอย่างยั่งยืนแทนที่การใช้ยานพาหนะส่วนตัว เช่น รณรงค์ให้ใช้พาหนะขนส่งมวลชน ใช้รถคันเดียวแต่โดยสารร่วมกันหลาย ๆ คน ใช้รถจักรยาน หรือหากไม่ไกลเกินไปก็ให้เลือกวิธีเดินด้วยเท้าในการเดินไป-กลับ เข้าร่วมกิจกรรม (Pratiwi, Zhao & Mi, 2015) การจัดทำโฆษณาสั้นที่มีเนื้อหาส่งเสริมรูปแบบการเดินทางอย่างยั่งยืนแทนที่การใช้ยานพาหนะส่วนตัว แล้วเผยแพร่ทางสื่อเว็บไซต์ของการจัดกิจกรรม และ 3) การมีมาตรการส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเลือกใช้วิธีการเดินทางในรูปแบบทางเลือกต่าง ๆ แทนการใช้ยานพาหนะส่วนบุคคล เช่น การจัดให้มีระบบขนส่งมวลชนที่เชื่อมต่อไม่ติดขัดระหว่างต้นทางจนถึงปลายทางที่เป็นสถานที่จัดกิจกรรม อาทิ จากจุดจอดพาหนะส่วนตัวต่อไปยังสถานีรถไฟ และต่อไปยังจุดจอดรับของรถโดยสารประจำทางที่ผ่านสถานที่จัดกิจกรรม การจัดให้มีพาหนะพิเศษเพื่อลำเลียงผู้เข้าร่วมกิจกรรมไปยังสถานที่จัดกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นรถตู้พิเศษ รถสองแถวพิเศษ หรือรถไฟสายพิเศษ การเผยแพร่ข้อมูลตารางเวลาของรถโดยสารประจำทางที่ผ่านสถานที่จัดกิจกรรม ตลอดจนการให้สิทธิพิเศษแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เลือกใช้วิธีการเดินทางอย่างยั่งยืนแทนการใช้พาหนะส่วนบุคคล เช่น การให้ส่วนลดบัตรเข้าร่วมกิจกรรม การให้ส่วนลดสำหรับการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งมวลชน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น และต้องมีการปรับปรุงระบบการขนส่งมวลชนให้อยู่ในสภาพดีที่จูงใจให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องการใช้บริการ (Menezes & Souza, 2014)

นโยบายหรือมาตรการเรื่องการส่งเสริมการเดินทางตามแนวคิดการคมนาคมอย่างยั่งยืนจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่พึงประสงค์น้อย หากไม่มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ดีพอไปยังผู้ที่สนใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Horng & Hu, 2014) เพราะแม้ว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะมีความสนใจเลือกใช้วิธีการเดินทางแบบ

ทางเลือกอื่น ๆ ที่ไม่ใช่พาหนะส่วนบุคคล แต่อาจล้มเลิกความตั้งใจได้ หากขาดการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งให้ทราบว่า จะสามารถใช้บริการคมนาคมทางเลือกใดได้บ้าง อย่างไร เพื่อเดินทางไป (กลับ) ร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ ผู้จัดการกิจกรรมสามารถใช้สื่อหลากหลายประเภท เพื่อเผยแพร่ข้อมูลวิธีการเดินทางแบบทางเลือกแทนที่ใช้พาหนะส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อสังคม จดหมายข่าว อย่างไรก็ตาม สื่อเว็บไซต์ของกิจกรรมมักเป็นสื่อแรกๆ ที่ผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมเลือกใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการจัดกิจกรรม รวมถึงวิธีการเดินทางไปร่วมกิจกรรม (Zarei & Yusof, 2014) ดังนั้น ผู้จัดการกิจกรรมจึงควรใช้สื่อเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม เพื่อสื่อสารให้ผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมทราบถึงวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ที่จัดกิจกรรมด้วยการคมนาคมอย่างยั่งยืนในรูปแบบต่างๆ โดยไม่ใช้ยานพาหนะส่วนบุคคล ให้ข้อมูลในเชิงรณรงค์ และโน้มน้าวด้วยข้อเสนอพิเศษ (incentive) เพื่อจูงใจให้ผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมเลือกใช้การคมนาคมอย่างยั่งยืนในการเดินทางเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม

จากที่กล่าวมาในข้างต้นเกี่ยวกับสามแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน เห็นได้ว่าทุกแนวทางล้วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ดังแสดงในตารางที่ 1) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder theory) ที่กล่าวว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบริบทการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 กลุ่มหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชนผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหรือคนในชุมชน ท้องถิ่น ภาคธุรกิจ เจ้าหน้าที่/หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ สถาบันการศึกษา และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (Non-Profit Organizations: NGOs) (Choi & Sirakaya, 2006; Waligo, Clarke, & Hawkins, 2013) ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นความต้องการมาเยือนของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์) และความต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการหรือคนในแหล่งท่องเที่ยว (อุปทาน) การกำหนดกฎระเบียบ ข้อกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การบริหารจัดการผลกระทบด้านการท่องเที่ยว ทรัพยากรมนุษย์ และการศึกษาวิจัยเรื่องการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังอธิบายอีกว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนควรมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว และความยั่งยืนที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นควรต้องถูกกำหนดโดยมุมมองความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Goeldner & Ritchie, 2009)

ดังนั้น ในหัวข้อถัดไปซึ่งเป็นหัวข้อสุดท้ายของบทความนี้ ผู้เขียนจะได้กล่าวถึงกรอบแนวคิด และแนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม (Multi-Stakeholder Involvement management framework: MSIM framework) ต่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 1 แสดงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ตามสามแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน		
การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมขนาดเล็ก	การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	การคมนาคมอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders)		
นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงหรือในภูมิภาคเดียวกันกับชุมชนที่มีการจัดกิจกรรม	นักท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ - นักท่องเที่ยวระยะไกลหรือผู้ที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียนในช่วงปิดเทอม หรือกลุ่มนักเรียนและบุคลากรในสถาบันการศึกษาที่เดินทางทัศนศึกษาไปยังแหล่งท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักกีฬาผู้เข้าร่วมการแข่งขันและผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬา	นักท่องเที่ยว/ ผู้เดินทางไปเยือนยังสถานที่จัดกิจกรรม
ชุมชนเจ้าบ้าน	ชุมชนเจ้าบ้าน	ผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว
ผู้จัดการกิจกรรมที่เป็นกลุ่มคนในท้องถิ่น (เช่น ภาคเอกชน สมาคม กลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ที่รวมตัวกันเพื่อจัดกิจกรรมขนาดเล็ก)	ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	องค์กรผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม/ผู้จัดการกิจกรรม
กลุ่มอาสาสมัคร กลุ่มจิตอาสาในชุมชน	ผู้จัดงานเทศกาล ประเพณี วันสำคัญประจำปีของท้องถิ่น	ตำรวจที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง แก้ไขปัญหาจราจรให้แก่ผู้เดินทางเข้าร่วมกิจกรรม
ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว / หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ตารางที่ 1 แสดงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ตามสามแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน		
การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ขนาดเล็ก	การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	การคมนาคมอย่างยั่งยืนเพื่อการ ท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders)		
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจ อื่น ๆ ในชุมชน	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด	ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจ อื่น ๆ ในชุมชน

กรอบแนวคิดและแนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่มต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดและแนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม (Multi-Stakeholder Involvement Management framework: MSIM framework) ต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน ที่ผู้เขียนนำเสนอในบทความนี้ ดัดแปลงมาจากผลการวิจัยของ Waligo, et al. (2013) ในบริบทการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศอังกฤษ ซึ่งวิเคราะห์แล้วเห็นว่า สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดีกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนในบริบทประเทศไทย

กรอบแนวคิดการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม (MSIM framework) ประกอบด้วยกลยุทธ์ 3 ระดับ และ 6 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. กลยุทธ์ระดับแรก คือ การสร้างความสนใจ และความเข้าใจร่วมกัน (attraction) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนการดำเนินงานคือ 1.1 การสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ตรงกัน (scene-setting) 1.2 การตระหนักถึงความสามารถในการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (recognition of stakeholder involvement capacity)

2. กลยุทธ์ระดับที่สอง คือ การบูรณาการ (integration) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนการดำเนินงาน คือ 2.1 การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder relationship management) และ 2.2 การร่วมมือกันเพื่อบรรลุเป้าหมาย (The pursuit of achievable objectives)

3. กลยุทธ์ระดับที่สาม คือ การจัดการ (management) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนการดำเนินงานคือ 3.1 การกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมและปฏิบัติตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน จนเกิดผลลัพธ์ที่ต้องการ (influencing implementation capacity) และ 3.2 การควบคุมและประเมินผล การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (monitoring stakeholder involvement) ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดของกลยุทธ์แต่ละระดับ และขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละกลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ระดับแรก คือกลยุทธ์การสร้างความสนใจและความเข้าใจร่วมกัน (attraction) ขั้นตอนแรก 1.1 การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ตรงกัน (scene-setting) เป็นการเริ่มต้นสำรวจว่ามีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มใดบ้างในขอบเขตพื้นที่ที่ต้องการให้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เน้นความยั่งยืน เช่น กิจกรรมกีฬาขนาดเล็ก

ในชุมชนขนาดเล็กถึงกลาง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย นักท่องเที่ยวผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง หรือในภูมิภาคเดียวกันกับชุมชนที่มีการจัดกิจกรรม ผู้จัดกิจกรรมที่เป็นกลุ่มคนหรือองค์กรในท้องถิ่น ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจอื่น ๆ ในชุมชน ฯ หลังจากนั้น ทำการสื่อสารให้ความรู้ สร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และสร้างการยอมรับในแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน กลวิธีที่ใช้ในกลยุทธ์ระดับนี้ เช่น การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สนใจดำเนินงานตามหลักการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน การจัดกลุ่มพบปะพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ การสื่อสารให้ความรู้ ตอบข้อสงสัยผ่านสื่อเว็บไซต์ อีเมล รวมถึงช่องทางสื่อสังคมต่าง ๆ (เช่น เฟสบุ๊กกลุ่มไลน์กลุ่ม) ร่วมกับการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในพื้นที่การท่องเที่ยว โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มแรกที่เข้ารับการให้ความรู้หรือการอบรมเชิงปฏิบัติการ จะทำหน้าที่เป็นผู้นำทางความคิดหรือทำหน้าที่เหมือนเป็นทูตผู้เผยแพร่แนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่น ๆ หรือกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

ขั้นตอนถัดไปคือ 1.2 การตระหนักถึงความสามารถในการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (recognition of stakeholder involvement capacity) เป็นการวิเคราะห์ระดับความสามารถต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละราย ซึ่งมีความแตกต่างกัน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน ออกแบบรูปแบบกิจกรรม กลวิธีการสื่อสาร และแนวทางให้ความช่วยเหลือแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละรายได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของแต่ละราย เช่น ร้านค้าในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละรายมีระดับความพร้อม ขอบเขตการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้มีระดับการมีส่วนร่วมต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวต่างกัน

กลยุทธ์ระดับที่สอง คือกลยุทธ์การบูรณาการ (integration) เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนร่วมกัน ซึ่งความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีสิ่งเชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ความต้องการแก้ปัญหาบางประการร่วมกัน ความต้องการได้รับผลประโยชน์บางอย่างร่วมกันอย่างเท่าเทียมกัน และแนวทางการปฏิบัติงานที่เกิดจากความร่วมมือกันนั้น ต้องสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาได้จริง

การดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์นี้มีสองขั้นตอน ขั้นตอนแรก 2.1 การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder relationship management) เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลากหลายระดับ (multi-level interactive networking) ทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนระหว่างเครือข่ายชุมชนในจังหวัดหนึ่ง กับเครือข่ายชุมชนในอีกจังหวัดหนึ่ง และกับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมโยงและให้คำปรึกษา การมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างเครือข่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลากหลายระดับสามารถเป็นได้หลายรูปแบบ เช่น การจัดการประชุมสัมมนา การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ การศึกษาดูงาน

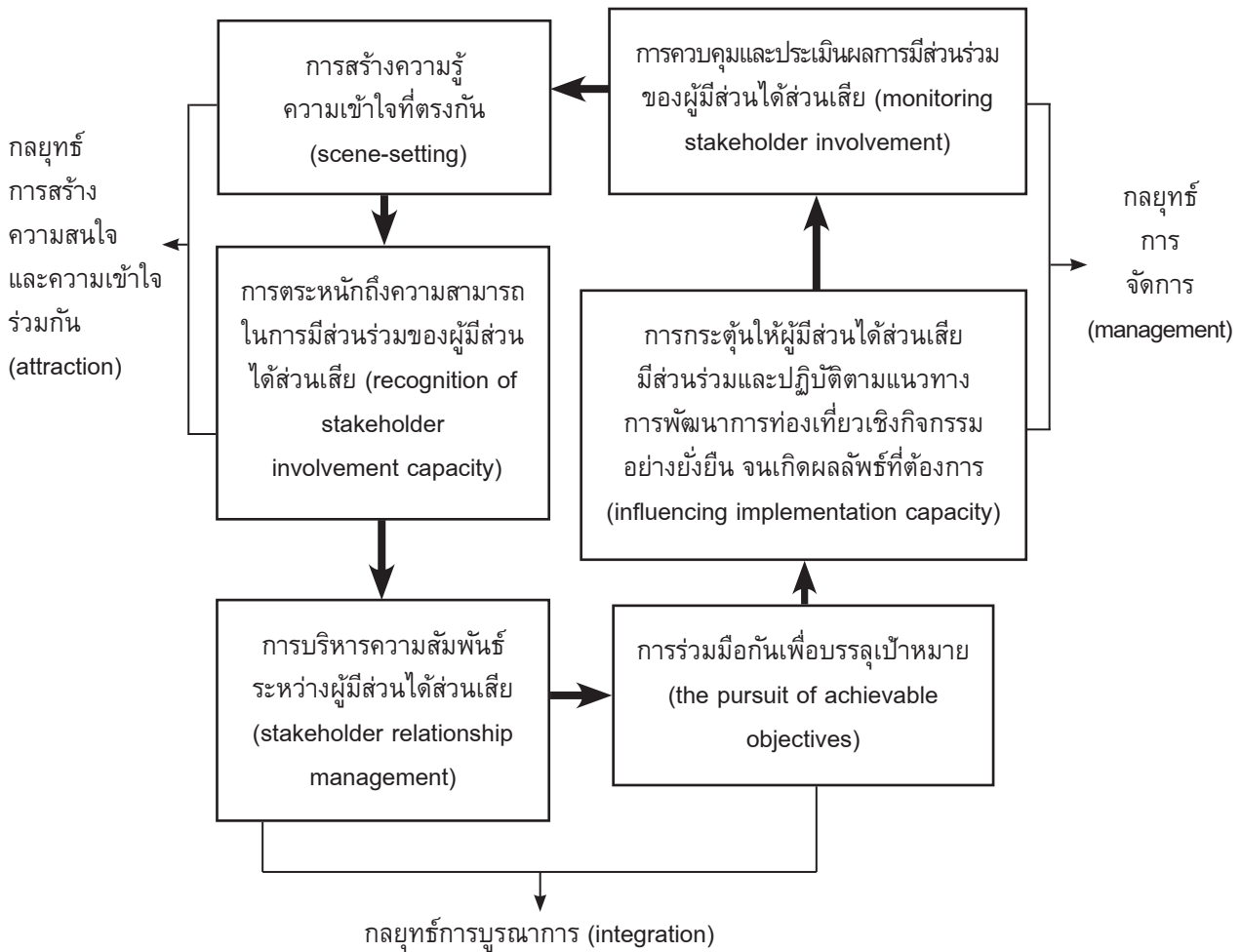
การดำเนินงานขั้นที่สองภายใต้กลยุทธ์ระดับที่สองนี้คือ 2.2 การร่วมมือกันเพื่อบรรลุเป้าหมาย (The pursuit of achievable objectives) คือการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งแม้จะมีวัตถุประสงค์การดำเนินงานส่วนตัว

แตกต่างกัน มาผลึกกำลังเป็นพันธมิตรกันในการร่วมกันดำเนินงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนร่วมกัน เช่น กิจกรรมวิ่ง สนุก อนุรักษ์เต่าทะเล (Turtle fun run) จังหวัดภูเก็ต เป็นกิจกรรมที่เกิดจากการเป็นพันธมิตรกันมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ระหว่างมูลนิธิเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเลหาดไม้ขาว และโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา มีวัตถุประสงค์การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และสร้างการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างนักวิ่ง ลูกค้าของโรงแรม พนักงานโรงแรม นักเรียน นักศึกษา หน่วยงานราชการ และชาวชุมชนไม้ขาวอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต และส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งการดำเนินงานในลักษณะนี้มีข้อดีคือ เป็นการนำจุดแข็งของแต่ละฝ่าย มาเกื้อกูลเสริมแรงกัน ส่งเสริมให้เกิดความมั่นใจในการดำเนินงาน ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและบรรลุเป้าหมายได้ง่ายขึ้น

กลยุทธ์ระดับที่สามและระดับสุดท้าย คือ กลยุทธ์การจัดการ (management) เป้าหมายของกลยุทธ์นี้คือการควบคุม ติดตาม สร้างแรงจูงใจการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขณะที่เดียวกันก็จัดตั้งทีมที่ปรึกษาทำหน้าที่ช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์นี้ประกอบด้วยสองขั้นตอน ขั้นตอนแรก 3.1 การกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วม และปฏิบัติตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม อย่างยั่งยืน จนเกิดผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ (influencing implementation capacity) ผ่านการจัดตั้งระบบพี่เลี้ยง คอยให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ผู้เริ่มต้นเข้าสู่กระบวนการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน จัดทำ คู่มือแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน การร่วมมือกับสถานศึกษาออกแบบหลักสูตรและฝึกอบรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนและมอบประกาศนียบัตรให้แก่ผู้ผ่านการอบรม

ขั้นตอนที่สองของกลยุทธ์ที่สามนี้คือ 3.2 การควบคุมและประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (monitoring stakeholder involvement) ด้วยการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และให้รางวัลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีผลดำเนินงานยอดเยี่ยมหรือประสบความสำเร็จตามเป้าหมายเพื่อให้กำลังใจ สร้างแรงจูงใจ และเป็นต้นแบบให้แก่ชุมชน ผู้ประกอบการ หรือองค์กรอื่นๆ ที่เพิ่งเริ่มต้นเข้าสู่กระบวนการทำความเข้าใจเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน (Waligo, et al., 2013)

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่ากลยุทธ์สามระดับและหกขั้นตอนการดำเนินงานตามกรอบแนวคิดการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่มต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน มีลักษณะเป็นวงจรที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน (ดังแสดงในภาพที่ 1) และเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่มและแต่ละกลุ่มมีจุดยืน ต้องการผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น การมีภาวะผู้นำที่เข้มแข็ง (strong leadership) ของบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ (เช่น หัวหน้าหน่วยงานราชการระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม) บุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เช่น นายกองจัดการบริหารส่วนจังหวัด ส่วนตำบล) หรือบุคลากรในภาคประชาสังคม (เช่น ผู้นำกลุ่มคนในชุมชนที่รวมตัวกันเพื่อจัดกิจกรรมขนาดเล็ก) จึงมีความสำคัญต่อการสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Waligo, et al., 2013; World Tourism Organization, 2019)



ภาพที่ 1 แสดงการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันเป็นวงจรของกลยุทธ์สามระดับและหกขั้นตอนการดำเนินงานตามกรอบแนวคิดการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม ต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน (ดัดแปลงจาก Waligo, et al. (2013))

บทสรุป

การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (event tourism) คือกลยุทธ์การตลาดในเชิงรุก เป็นการสร้าง ดัดแปลง และหาแนวทางใช้การจัดกิจกรรมเพื่อก่อประโยชน์และบรรลุวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด (O' Brien & Chalip, 2007) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่มีความยั่งยืน (sustainable event tourism) ได้ นั้น ต้องมีการบริหารจัดการ และการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักการการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือการพัฒนาอย่างสมดุลในสามมิติ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม (United Nations World Tourism Organization, 2004) ในบทความนี้ผู้เขียนได้วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืนจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การวิจัยเชิงประจักษ์ที่ผ่านมา และกรณีศึกษาทั้งจากต่างประเทศและประเทศไทย รวมถึงความคิดเห็นมุมมองของผู้เขียนเอง อันนำไปสู่การริเริ่มนำเสนอสามแนวทางการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) การใช้กิจกรรมขนาดเล็กเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน 2) การใช้การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมแก้ปัญหาธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และ 3) การดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมตามหลักการการคมนาคมอย่างยั่งยืน ดังแสดงสาระสำคัญของทั้งสามแนวทาง ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงสาระสำคัญของแนวทางการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เน้นความยั่งยืนที่นำเสนอในบทความ

ซึ่งทั้งสามแนวทางต่างส่งเสริมให้การจัดกิจกรรมบรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน และผู้จัดหรือผู้บริหารการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมสามารถเลือกใช้แนวทางใดแนวทางหนึ่ง หรือทั้งสามแนวทางร่วมกัน ตามความเหมาะสมกับบริบทเฉพาะของแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ ในหัวข้อสุดท้ายของบทความผู้เขียนได้อธิบาย และวิเคราะห์ถึงกรอบแนวคิดและแนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม (Multi-Stakeholder Involvement Management framework: MSIM framework) ต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมอย่างยั่งยืน อันประกอบด้วยกลยุทธ์ 3 ระดับ และ 6 ขั้นตอนการดำเนินงาน



References

- Arnegger, J. & Herz, M. (2016). Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations. **Journal of Destination Marketing and Management**, 5(2): 76-85.
- Chirieleison, C. & Scrucca, L. (2017). Event sustainability and transportation policy: A model-based cluster analysis for a cross-comparison of hallmark events. **Tourism Management Perspectives**, 24: 72-85.
- Choi, H. C. & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. **Tourism Management**, 27(6): 1274-1289.
- Connell, J., Page, S. & Meyer, D. (2015). Visitor attractions and events: Responding to seasonality. **Tourism Management**, 46: 283-298.
- Gibson, J. H., Kaplanidou, K. & Kang, J. S. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. **Sport Management Review**, 15(2): 160-170.
- Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2009). **Tourism: Principles, practices, philosophies** (11th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley.
- Hornig, J. & Hu, M. M. (2014). How the introduction of concepts of energy saving and carbon reduction (ESCR) can affect festival visitors' behavioural intentions: An investigation using a structural model. **Journal of Sustainable Tourism**, 22(8): 1216-1235.
- Kaewthep, Karnjana. (2014). **Communication-Tourism (เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว)**. Bangkok: Parbpim.
- Kay Xin, T., Chan, J. K. L., Vogt, C. A. & Mohamed, B. (2016). Comprehending the responsible tourism practices through principles of sustainability: A case of Kinabalu Park. **Tourism Management Perspectives**, 18: 34-41.
- Kelly, M. D. & Fairley, S. (2018). What about the event? How do tourism leveraging strategies affect small-scale events?. **Tourism Management**, 64: 335-345.
- Lim, W. M. (2016). Creativity and sustainability in hospitality and tourism. **Tourism Management Perspectives**, 18: 161-167.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. **Journal of Sustainable Tourism**, 11(6): 459-475.
- Menezes, T. R. d. & Souza, J. F. d. (2014). Transportation and urban mobility in mega-events: The case of Recife. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 162: 218-227.
- Misener, L. (2015). Leveraging parasport events for community participation: Development of a theoretical framework. **European Sport Management Quarterly**, 15(1): 1-22.
- Müller, M. (2015). The mega-event syndrome: Why so much goes wrong in mega-event planning and what to do about it. **Journal of the American Planning Association**, 8(1): 6-17.

- National News Bureau of Thailand. (2018). **May 19 - 27, 2018 Please be welcome to Chantaburi food festival (19 - 27 พฤษภาคม 2561 เชิญเที่ยวงาน วิถีจันทวิถีไทย ของดีเมืองจันทวันผลไม้ 2561)**. [Online]. Retrieved September, 28 from <http://thainews.prd.go.th>
- O'Brien, D. & Chalip, L. (2007). Executive training exercise in sport event leverage. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 1(4): 296-304.
- Painaidii. (2014). **Ping River Love Festival@Tak Province, Thailand (งานวัฒนธรรมแห่งความรัก เหนือลุ่มแม่น้ำปิง@จังหวัดตาก)**. [Online]. Retrieved September 25, 2018 from <http://www.painaidii.com/event/event-detail/00003767/lang/e/>
- Panyik, E., Costa, C. & Ratz, T. (2011). Implementing integrated rural tourism: An event-based approach. **Tourism Management**, 32(6): 1352-1363.
- Prachachartonline. (2018). **Andaman Hotelier and Tourism Fair 2018 in Phuket (ภูเก็ตจัดงาน Andaman Hotelier and Tourism Fair 2018)**. [Online]. Retrieved September 26, 2018 from <https://www.prachachat.net/local-economy/news-164360>
- Pratiwi, A., Zhao, S. & Mi, X. (2015). Quantifying the relationship between visitor satisfaction and perceived accessibility to pedestrian spaces on festival days. **Frontiers of Architectural Research**, 4(4): 285-295.
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R. & Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic games: **The mediating effect of overall attitude**. **Tourism Management**, 36(June): 629-640.
- Prideaux, B. (2008). The role of visitor attractions in peripheral areas. In **Managing visitor attractions: New directions**, edited by Alan Fyall, Brian Garrod & Anna Leask, pp. 80-94. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- United Nations World Tourism Organization. (2004). **Concepts & definitions: Sustainable development of tourism conceptual definition**. [Online]. Retrieved August 30, 2018 from www.unwto.org/frameset/frame_sustainable.html.
- Veltri, F. R., Miller, J. & Harris, A. (2009). Club sport national tournament: Economic impact of a small event on a mid-size community. **Recreational Sport Journal**, 33(2): 119-128.
- Waligo, V. M., Clarke, J. & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder Involvement management framework. **Tourism Management**, 36: 342-353.
- World Tourism Organization. (2019). **Definition of sustainable tourism**. [Online]. Retrieved May 12, 2019 from <https://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
- Zarei, A. & Yusof, A. B. (2014). Informational sources of sport tourists attending ISTAF super series. **Journal of Physical Education and Sport**, 14(4): 554-561.

- Zheng, J., Garrick, N. W., Atkinson-Palombo, C., McCahill, C. & Marshall, W. (2013). Guidelines on developing performance metrics for evaluating transportation sustainability. **Research in Transportation Business & Management**, 7: 4-13.
- Ziakas, V. (2010). Understanding an event portfolio: The uncovering of interrelationships, synergies, and leveraging opportunities. **Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events**, 2(2): 144-164.