



CBT Playbook 2025 🇹🇭

เที่ยวชุมชน ยลวิถี: คู่มือสร้างชุมชนท่องเที่ยว ฉบับย่อง่าย

เจาะลึกเกณฑ์ DASTA, ทฤษฎี 6A's และ OTOP
นวัตกรรม ยกระดับ Soft Power ไทยสู่เวทีโลก (สไลด์
Studygram อ่านเพลิน เข้าใจไว!)

วิสัยทัศน์ 2025: ป็นชุมชนไทยให้ดังไกลระดับโลก 🌍



เป้าหมายหลัก (The Goal)

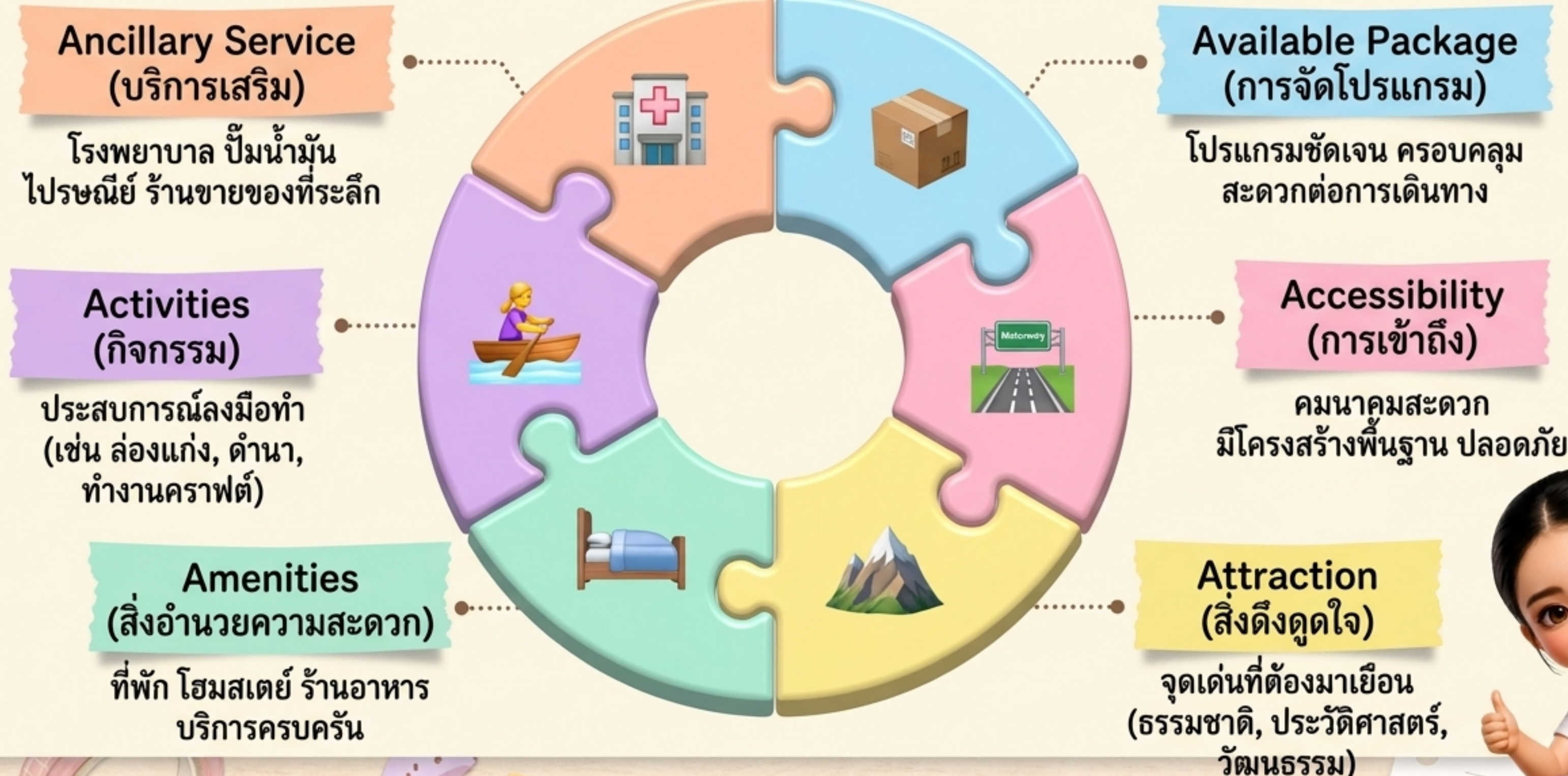
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ชู 10
ชุมชนต้นแบบ "เที่ยวชุมชน ยลวิถี"
ประจำปี 2568



หัวใจสำคัญ (The Core)

เปลี่ยนการท่องเที่ยวแบบเดิม เป็นการ
ผลักดัน **Soft Power** ดึงเสน่ห์วิถีชีวิต
ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้าง
มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

6A's of Destination: โครงสร้างพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวตามหา



แรงจูงใจเบื้องหลัง: ทำไมคนถึงอยากมาเที่ยวชุมชนเรา?



ตอบโจทย์ทางกายและส่วนตัว (Physical & Personal Needs)

- พักผ่อนร่างกายและจิตใจจากความเหนื่อยล้า
- การไปเยี่ยมญาติมิตร หรือจาริกแสวงบุญ



ตอบโจทย์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (Cultural & Environmental Needs)

- เรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะ เทศกาลที่ไม่เคยสัมผัส
- หลีกหนีความวุ่นวาย กลับคืนสู่ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่บริสุทธิ์

4 ขั้นตอนสร้างการมีส่วนร่วม (หัวใจหลักของ CBT)



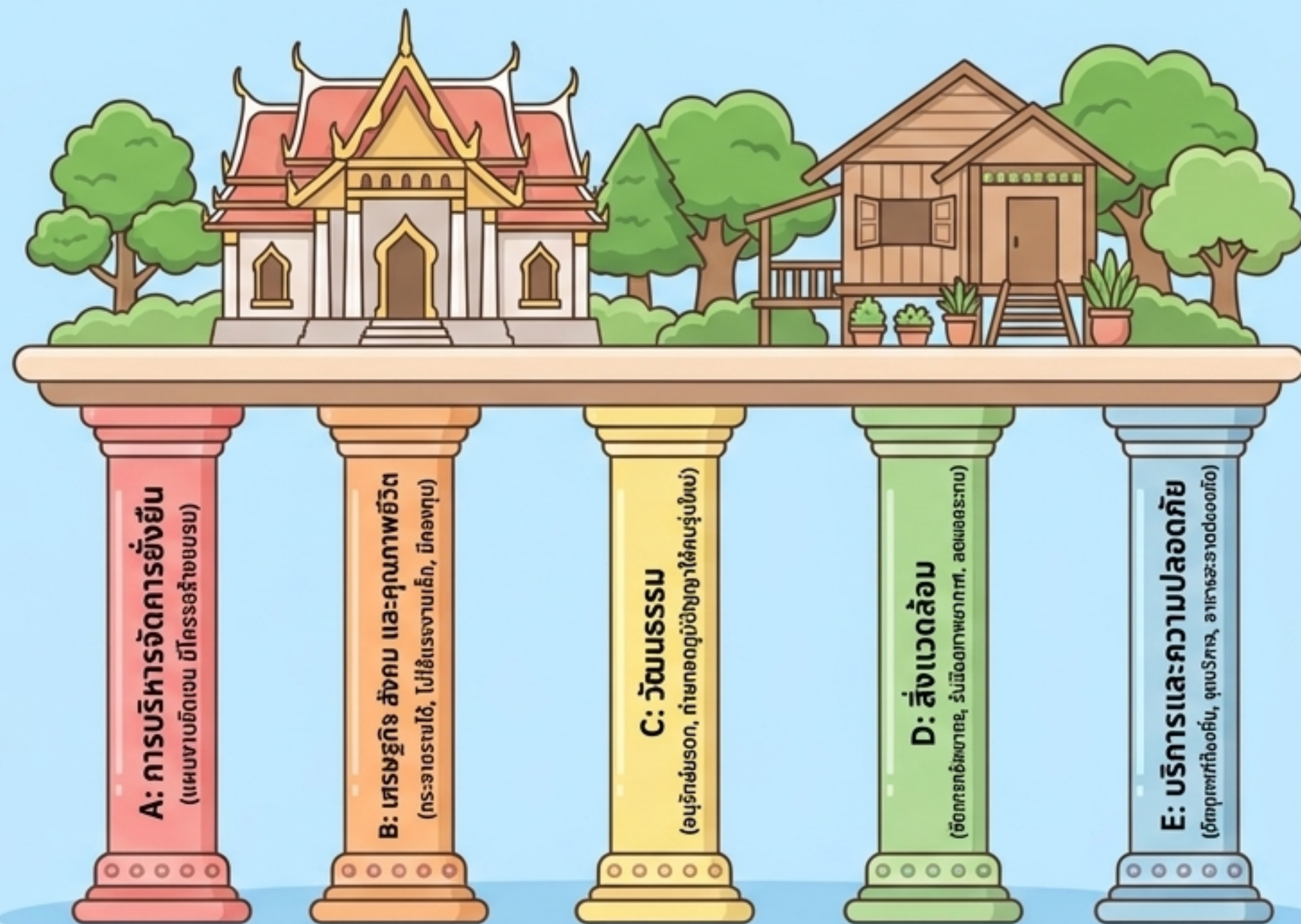
1. ริเริ่มและคิดวิเคราะห์
เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ค้นหาศักยภาพ
และปัญหาของชุมชนร่วมกัน

2. ตัดสินใจ
เปิดโอกาสให้ชาวบ้านร่วมกำหนดทิศทาง
นโยบาย และวางแผนการท่องเที่ยว

3. ปฏิบัติและรับผลประโยชน์
ลงมือทำงานเป็นทีม และกระจาย
รายได้สู่ทุกคนอย่างเป็นธรรม

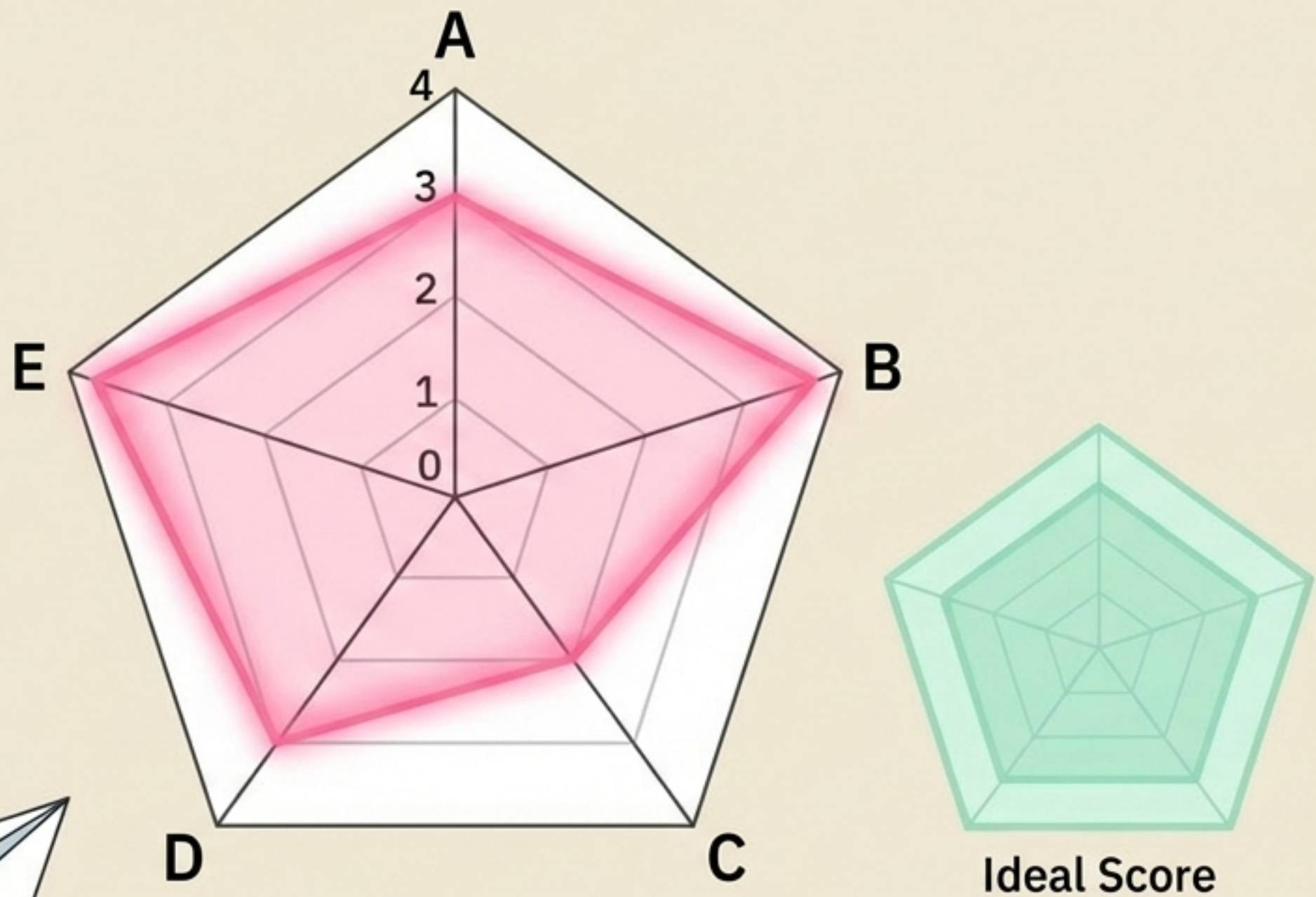
4. ประเมินและเรียนรู้ต่อเนื่อง
อบรมให้ความรู้ สร้างความมั่นใจ
และพัฒนาชุมชนอย่างไม่หยุดนิ่ง

5 เสาหลัก DASTA: มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน



วัดผลความสำเร็จด้วย "กราฟใยแมงมุม" 🕸

(0 = ปรับปรุงด่วน, 4 = ดีเยี่ยม)



สมดุลคือหัวใจ:

การประเมิน DASTA ไม่ได้มองแค่ รายได้ แต่ต้องรักษาสมดุลทั้ง 5 ด้าน

รู้จุดอ่อน พัฒนาจุดแข็ง:

กราฟช่วยให้ชุมชนมองเห็นภาพรวม ว่าต้องเติมเต็มด้านไหน (เช่น ได้คะแนนเศรษฐกิจเต็ม 4 แต่คะแนนวัฒนธรรมได้ 2 ต้องเร่งฟื้นฟูภูมิปัญญา)

ส่งต่อภูมิปัญญา: เสียงของชุมชนและคนรุ่นใหม่ 🎨



“**เกณฑ์สำคัญของ DASTA คือชุมชน ต้องให้เยาวชนเข้ามามีบทบาท**”

- **เปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่:** ต้องมีเยาวชน (อายุ 18-25 ปี) ร่วมเป็นกรรมการและมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว
- **ปั้น "นักสื่อความหมาย":** ชุมชนต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น (ทั้งผู้ใหญ่และมัคคุเทศก์น้อย) ที่ถ่ายทอดเรื่องราวอัตลักษณ์ และมรดกวัฒนธรรมได้อย่างมีชีวิตชีวา
- **ต่อยอดงานศิลปะ:** นำภูมิปัญญาท้องถิ่น (เช่น ลวดลายศิลปะ) มาดัดแปลงเป็นของที่ระลึกสร้างรายได้

เปลี่ยนวัฒนธรรมให้เป็นมูลค่า: 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP นวัตกรรม



🏺 **ของใช้ /
ของตกแต่ง**
(งานจักสาน, รากไม้,
เครื่องปั้นดินเผา)



🌿 **สมุนไพร**
(ลูกประคบ,
ผลิตภัณฑ์เพื่อ
สุขภาพ)



🍲 **อาหารและ
เครื่องดื่ม**
(อาหารท้องถิ่น,
กาแฟคั่วป่า,
เกลือสมุทร)

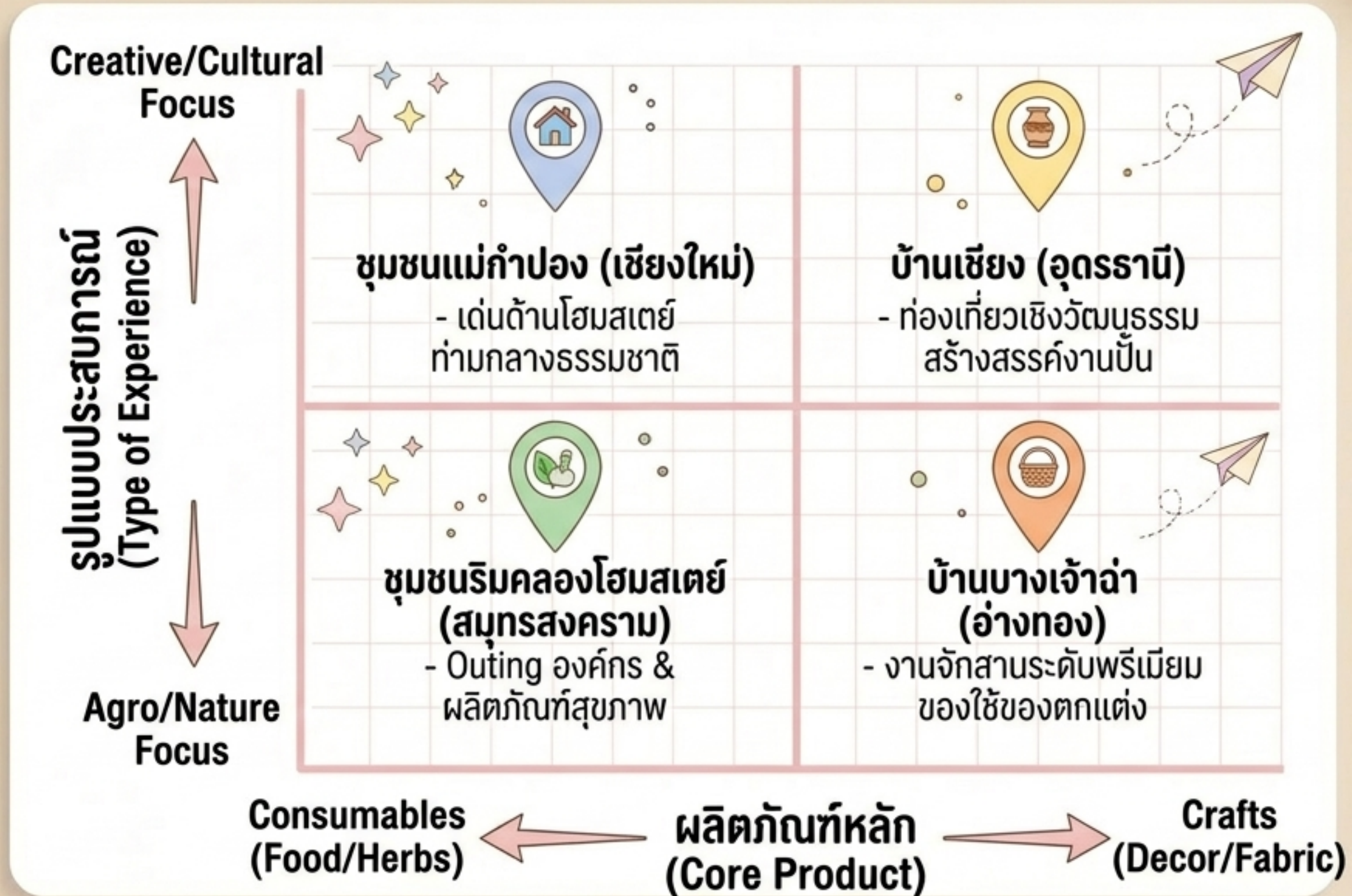


🧵 **ผ้าและเครื่อง
แต่งกาย**
(ผ้าไหม, ทอผ้า,
พันธ์เสื่อด้วยมือ)



📦 **ผลิตภัณฑ์
หลากหลาย**
(งานผสมผสาน,
ของที่ระลึกร่วมสมัย)

เครือข่ายชุมชน OTOP ทั่วประเทศ: แตกต่างกันอย่างมีเอกลักษณ์ 🌍



Roadmap to Success: เส้นทางสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวรับรอง



The Sweet Spot: สมการแห่งความสำเร็จของ CBT

สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ (The 6A's)

- โปรแกรม, การเข้าถึง, สิ่งดึงดูดใจ, ที่พัก, กิจกรรม, บริการ

สิ่งที่ชุมชนต้องการ (4 ขั้นตอนมีส่วนร่วม)

- ริเริ่ม, ตัดสินใจ, รับผลประโยชน์, เรียนรู้

จุดกำเนิด Soft Power ไทยระดับโลก
(World-Class Thai Soft Power)

มาตรฐานความยั่งยืน (DASTA 5 สาขาหลัก)

- บริหาร, เศรษฐกิจ, วัฒนธรรม, สิ่งแวดล้อม, พลอดภัย

Are You Ready? เช็คลิสต์เตรียมพร้อมก่อนป็นชุมชนคุณ



ชุมชนมี **สิ่งดึงดูดใจ** และ **กิจกรรม** ที่เป็นเอกลักษณ์แล้วหรือยัง? (6A's)



ชาวบ้านและเยาวชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมคิดและรับผลประโยชน์ไหม? (Participation)



เรามีระบบการจัดการที่รักษาสมดุล **ธรรมชาติและวัฒนธรรม** หรือไม่?
(DASTA Pillars C & D)



มี **นักสื่อความหมาย** ที่เล่าเรื่องราวท้องถิ่นได้จับใจหรือเปล่า? (Local Guides)



ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นพร้อมยกระดับเป็น **OTOP นวัตกรรม** แล้วหรือไม่? (Products)

