คู่มือการบริหารจัดการ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

CREATIVE TOURISM DESTINATION MANAGEMENT

กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คู่มือการบริหารจัดการ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

CREATIVE TOURISM DESTINATION MANAGEMENT

กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คำนำ

กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จัดทำคู่มือ เรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CREATIVE TOURISM DESTINATION MANAGEMENT) นี้ขึ้น ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนา องค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 โดยมีการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีการศึกษากรณีศึกษาของพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้โครงการตามพระราชดำริ ได้แก่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และศูนย์ศึกษาและพัฒนาชาวบ้าน โครงการส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้เพื่อเป็นการรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของรัชกาลที่ 9 พ่อหลวงของปวงชนชาวไทย ที่ได้พัฒนาโครงการพระราชดำริต่างๆ จนทำให้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ได้นำความรู้และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปเป็นแนวทางและหลักคิดของ “การต่อยอด” ฐานทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด “การเพิ่มค่า” คือ การสร้างคุณค่าให้กับทรัพยากรให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ และความประทับใจ และเน้น “การหาจุดต่าง” คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ที่แตกต่าง ทำให้เกิดความโดดเด่นและแตกต่างของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และ “การสร้างกระแส” คือการสื่อสารการตลาดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการส่งเสริมการตลาด อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานการรักษาอัตลักษณ์

กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว
กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
กรมการท่องเที่ยว
ตุลาคม พ.ศ. 2560

ส่วนประกอบของคู่มือ

คู่มือนี้ แบ่งส่วนประกอบของเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 สร้างความเข้าใจ

การศึกษาและทำความเข้าใจศาสตร์และหลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ข้อมูลบทเรียนกรณีศึกษาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ โดยมีเนื้อหาดังนี้

1.1 นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2 ที่มาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.4 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.5 องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.6 วิเคราะห์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 รู้จักและรู้ใจ

การรู้จัก รู้ใจ และเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นับเป็นความท้าทายของนักบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่จะต้องศึกษาและวิเคราะห์

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนลงมือสู่การปฏิบัติ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งเนื้อหา ดังนี้

3.1 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.3 โมเดลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าบนฐานความยั่งยืน

3.4 แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- ขั้นการต่อยอด
- ขั้นการเพิ่มค่า
- ขั้นการหาจุดต่าง
- ขั้นการสร้างกระแสของการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 แลกเปลี่ยนและเรียนรู้จากกรณีศึกษา การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2 แหล่ง

เนื้อหาในส่วนนี้ได้จากการลงพื้นที่จัดประชุมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการร่วมวางแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอาศัยแนวทางและขั้นตอนบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ ตามที่ได้ระบุไว้ในส่วนที่ 3 คือ การวิเคราะห์ทุน ทรัพยากร หรือการต่อยอด การเพิ่มคุณค่าโดยการออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยว การหาจุดต่าง และการสร้าง กระแสที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร

- ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก-หมู่บ้านท่องเที่ยวแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
- ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชาวบ้าน โครงการส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

สารบัญ

ส่วนที่ 1 เข้าใจ :
แนวคิดและหลักการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
-8-

ส่วนที่ 2 รู้จักและรู้ใจ :
ความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ความท้าทายของนักบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
-30-

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนลงมือสู่การปฏิบัติ :
การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
-34-

ส่วนที่ 4 แลกเปลี่ยนและเรียนรู้จากกรณีศึกษา
การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
-46-

ส่วนที่ 1 สร้างความเข้าใจ

การศึกษาและทำความเข้าใจศาสตร์และหลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ข้อมูลบทเรียนกรณีศึกษาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ โดยมีเนื้อหาดังนี้

1.1 นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2 ที่มาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.4 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.5 องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.6 วิเคราะห์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

1.1 นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
(Creative Tourism)

Richards and Raymond (2000) ผู้เริ่มกล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ให้นิยามไว้ว่า

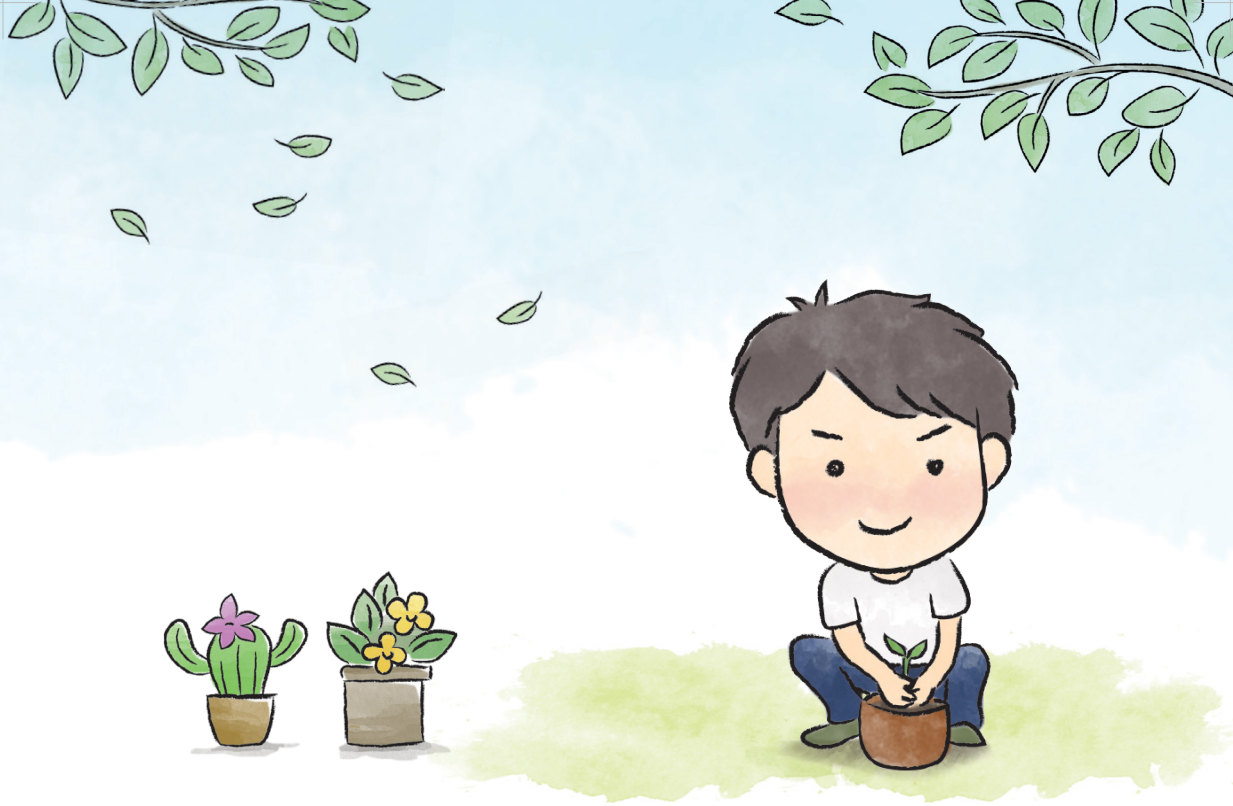
"tourism which offer visitors the opportunities to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken"

หมายถึง : การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วม และจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของจุดหมายปลายทางของวันหยุดของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังหมายถึงการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชนแต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น

องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยชุมชนจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน ในมิติของการเรียนรู้และการทดลองปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่าง

1. การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน
2. ผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน

รวมถึงการจัดให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งอาจนิยามได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า และเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้นำทุนทางวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติมาสร้างโอกาสให้กับผู้มาเยือน ในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่มาเยือน และเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่แยกส่วนระหว่างผู้มาเยือนกับชุมชน



สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2553) ได้นำเสนอนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นกระบวนการ “การต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง โดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์” กล่าวคือ

“ต่อยอด” เป็นการต่อยอดจากฐานทุนเดิมที่มีอยู่ ทั้งทุนทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

“เพิ่มค่า” การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย

“หาจุดต่าง” สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

“ต่อยอด”
“เพิ่มค่า”
“หาจุดต่าง”
จึงเป็นแนวทางที่สำคัญของการบริหารจัดการ
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov (2010) กล่าวว่า

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยว
กลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ (Niche Interests)
และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว
การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เป็นสำคัญ

จุดเน้นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการอนุรักษ์
ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว
มีส่วนร่วมกับกิจกรรม การท่องเที่ยวของชุมชนและ
ส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด
เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

Ankomah & Larson, (2000) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า มี 5 ลักษณะที่สำคัญไว้ว่า

1. การสร้างสรรค์ จะมีศักยภาพและสามารถเพิ่มมูลค่าได้ง่าย แต่มักจะไม่ค่อยเกิดขึ้นจะต้องผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ประเพณีทางวัฒนธรรมนั้นด้วย

2. การสร้างสรรค์ จะต้องมีการนำนวัตกรรมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

3. เนื่องจากการสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการ ดังนั้น ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์จะต้องมีความคงอยู่อย่างยั่งยืน มากกว่าการเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ ในขณะที่ทรัพยากรทางกายภาพด้านวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ อาจตกยุคสมัยและลดคุณค่าลง แต่ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์จะคงอยู่ตลอดไปไม่มีที่สิ้นสุด

4. การสร้างสรรค์ สามารถเคลื่อนไปอย่างเป็นพลวัตรหรือไม่หยุดนิ่ง มากกว่าที่จะเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้เท่านั้น การสร้างสรรค์ที่ไม่หยุดนิ่ง เช่น ศิลปะ งานฝีมือ ซึ่งมีชีวิตอยู่ตลอดเวลา และไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัวเหล่านี้คือเป็นความท้ามายสำคัญ และเป็นจุดหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5. การสร้างสรรค์ ไม่เพียงแต่จะเกี่ยวพันกับความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับคุณค่าอีกด้วย ดังนั้น กระบวนการสร้างสรรค์จะต้องสร้างคุณค่าใหม่ ๆ ให้กับยุคปัจจุบันนี้ให้เกิดอย่างรวดเร็ว เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ เรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้หรือการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาศัยฐานของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นของชุมชนหรือพื้นที่ในการพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวอันจะได้จากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวมีลักษณะที่สำคัญ คือ

- การให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการลงมือทำ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของคนในสังคมหรือชุมชน
- กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วม และการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของทรัพยากรหรือเจ้าบ้าน
- เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจผ่านประสบการณ์ที่เกิดขึ้น อาทิ กิจกรรมการ เรียนรู้วิถีชีวิตชาวประมง กิจกรรมการเรียนรู้อาหารท้องถิ่น หรือกิจกรรมการเรียนรู้การทำนา เป็นต้น

1.2 ที่มาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีการกล่าวถึงโดย Pearce and Butler ไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1993 แต่ยังไม่มีการกำหนดความหมายและกระบวนการที่ชัดเจนนัก ต่อมาประเทศต่าง ๆ ได้พัฒนาการการท่องเที่ยวบนฐานของความสร้างสรรค์ขึ้น อาทิ ประเทศฟินแลนด์ ประเทศกรีซ และโปรตุเกส โดยอาศัยรากฐานสำคัญของการสร้างสรรค์ คือ วิถีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนในสังคม และในปี ค.ศ. 2000 Richards and Raymond ได้นิยาม คำว่า Creative tourism ว่า การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์เรียนรู้อย่างจริงจัง (อ้างในภูริวัจน์ เดชอุ่ม, บทความการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรอบแนวคิดสู่แนวปฏิบัติสำหรับประเทศไทย)

ประเทศไทยกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในปี พ.ศ. 2551 รัฐบาลได้ประกาศนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ทำให้เกิดการเชื่อมต่อมาสู่แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายหลังที่มีการดำเนินการส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ตามโครงการการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และมีพัฒนามาสู่การส่งเสริมการนำวิถีภูมิปัญญามาผสานการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่มีภาวะของการแข่งขันการของประเทศต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่ออาศัย หลักการและแนวทางของการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์มาต่อยอด เพิ่มค่า และหาความต่างมานำเสนอต่อนักท่องเที่ยวและกระแสของตลาดการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดในยุค 4.0 หรือโลกเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากยุคปัจจุบันกระแสของการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เข้ามามีบทบาทอย่างเห็นได้ชัด

1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กระแสของการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนตามกระแสของการพัฒนาของโลก โดยมีแนวคิดที่ว่า "นักท่องเที่ยว" ในยุคใหม่ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ของการ เสพความสุขจากการบริการหรือแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ "นักท่องเที่ยว" ในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้ การเรียนรู้และการเข้าใจถึงความแตกต่างกันของสังคมมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวทางเลือกใหม่นี้มีผลทำให้รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวหรือการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปหรือการเลือกปฏิบัติกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนของทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวตามมา โดยเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในทางเลือกใหม่คือ นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินใจหรือความสุขทางจิตใจแล้วนั้น ยังเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจกันในสังคมของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน อันจะทำให้สังคมเกิดความสงบสุข เป็นการนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงเกาะเกี่ยวคนในสังคมเดียวกันและต่างสังคมยังเป็นการรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น และยังเป็นกลไกนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
เป็นการสร้างความรู้
ความเข้าใจกันในสังคม
ของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน
อันจะทำให้สังคม
เกิดความสงบสุข

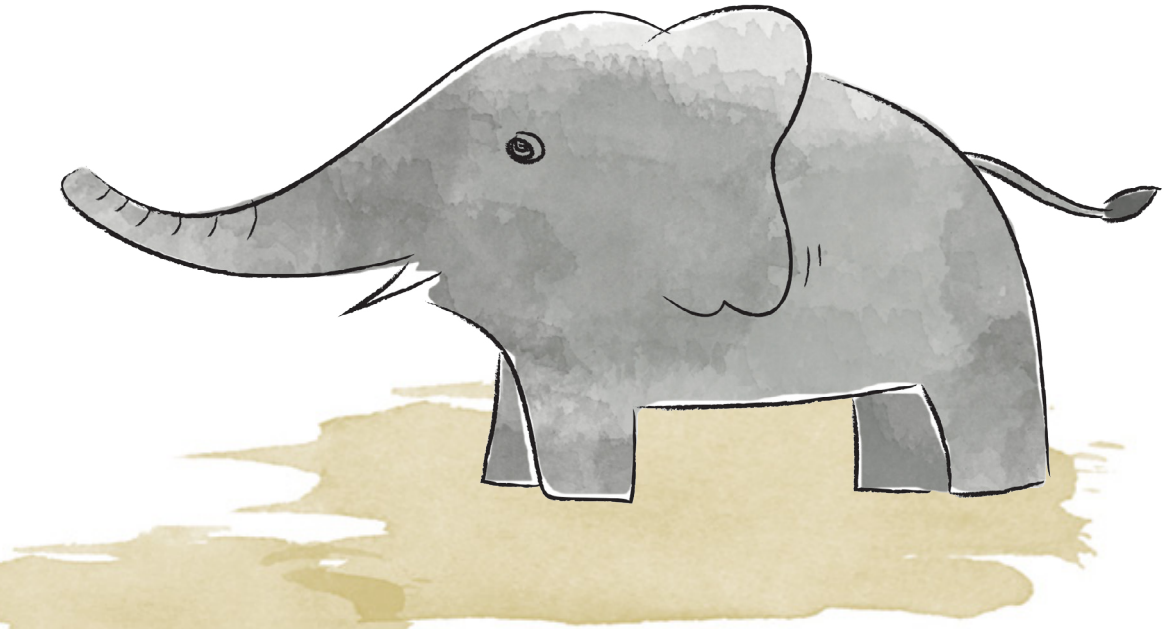
อย่างไรก็ตามถึงแม้ประเทศต่าง ๆ จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาก แต่ไม่ได้บ่งบอกถึงความสำเร็จและความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวสูงสุด เพราะบางประเทศมีนักท่องเที่ยวไปเยือนมาก แต่กลับได้ตัวเลขของรายได้จากการท่องเที่ยวไม่มากตามจำนวนนักท่องเที่ยว ข้อมูลผลจากการประชุม World Economic Forum ปี ค.ศ. 2015 พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 35 ของโลก (World economic Forum: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015) และมีวิวัฒนาการของการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติและรูปแบบต่าง ๆ เกิดขึ้นในประเทศมากมายเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น อย่างไรก็ตามถึงแม้ประเทศไทยจะมีพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลายาวนาน หากแต่สิ่งหนึ่งที่ประเทศไทยยังคงถูกมองว่าเป็นการท่องเที่ยวราคาถูก (Cheap destination) สำหรับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวโดยการเพิ่มคุณค่า พัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่มีความสร้างสรรค์ (Tourist Destination Creative Design) โดยอาศัยหลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จึงเป็นแนวทางสำคัญของการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

ประเทศไทยควรมุ่งพัฒนา
และเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว
โดยการเพิ่มคุณค่าพัฒนา
และออกแบบเมืองท่องเที่ยว
ให้มีความสร้างสรรค์

1.4 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

UNESCO ได้ให้หลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการดังนี้

"Interaction" เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน
"Educational" เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้และความรู้
"Emotional" เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าทางอารมณ์และประสบการณ์
"Social" เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวพันกับคนในสังคม ให้เกิดการเชื่อมโยงกัน
"Participative" เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วม
"Involve" เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องร่วมมือกันและเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง



ประเทศไทยมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว
อยู่ในอันดับที่ 35 ของโลก

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ ได้กล่าวถึง คุณลักษณะ 10 ประการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้อย่างสนใจมีดังนี้

(1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกผันระหว่างกัน (Each Engaging The Other)

(2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Engagement / Cultural Experience)

(3) มีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of Place / Deep Meaning / Understanding of The Specific Cultural of The Place)

(4) ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on Experience)

(5) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน / ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange Information / Transformation and Transformative Experience)

(6) การเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More Participate Than Observe)

(7) นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ด้วยตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-Creating Tourism Experience)

(8) การเข้าถึงความจริงแท้ของกระบวนการในการผลิต รวมทั้งผลิตภัณฑ์และการมีประสบการณ์จริง (Authentic Both Process and Product / Genuine Experience)

(9) จดจำ ประทับใจ และเข้าใจ (Memorable / I Hear and I Forget, I See And I Remember, I do And I Understand)

(10) การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Tailor - Made Approach) กล่าวคือการมีรูปแบบการท่อเที่ยวแนวใหม่ที่มุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมแห่งการเรียนรู้ซึ่งคำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ

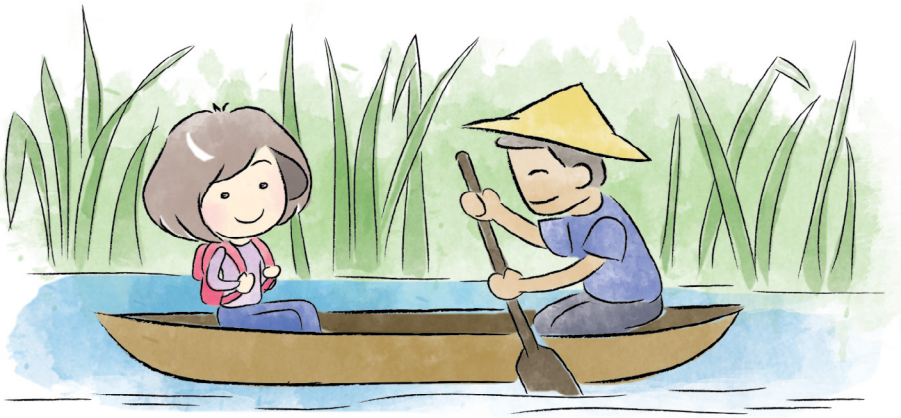
1.5 องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (2556) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ และความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน รายละเอียดดังนี้

1. การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน

การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนสอดคล้องกับที่ยูเนสโกอธิบายไว้ว่า "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกลยุทธ์ต่อไปของความยั่งยืน" (Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism) (UNESCO, 2006) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) อธิบาย "ความยั่งยืน" ไว้ภายใต้หลักการ 5 ข้อ (World Tourism Organization, 1998: 21-22) ดังนี้

1. การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม และทรัพยากรอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต
2. การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสังคม วัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
3. คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมจะยังคงได้รับการรักษาไว้ได้
4. ความสามารถในการรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวนั้น จะยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้และสามารถทำการตลาดต่อไปได้
5. ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะต้องกระจายไปในทุกภาคส่วนของสังคม



หลักการดังกล่าว สอดคล้องกับรายงานการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา(2553) ที่อธิบายว่าปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อการเกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เน้นการศึกษาด้านอาคารและเมืองในเชิงกายภาพ (physical) หรือเชิงพื้นที่ (spatial) เพื่อความเข้าใจในรูปแบบเชิงสัณฐานของเมืองและอาคารอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นศาสตร์ของสถาปัตยกรรมและผังเมืองในเชิงสัณฐานวิทยา (urban morphology) และขยายความเข้าใจไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบนั้น ๆ ควบคู่ไปกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา และจิตวิทยา เพื่อสร้างความเข้าใจเมือง สถาปัตยกรรมหรือสิ่งแวดล้อมรอบสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องเข้าใจการพัฒนาวิถีชีวิตทั้งชุมชนเมืองและชุมชนท้องถิ่นที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เข้าใจในธรรมชาติ ระบบนิเวศที่มีความสัมพันธ์ของสรรพสิ่งที่สอดคล้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่จนมีดุลยภาพ ทั้งระบบ โดย ไขศรี ภักดิ์สุขเจริญ (2548) อธิบายซึ่งอ้างอิงถึง Hillier (1987) ว่า เพราะความเข้าใจ ในสถาปัตยกรรมของสัณฐานหรือเมืองนั้นต้อง "เกิดขึ้นก่อน" เราจึงสามารถสืบค้นต่อไปได้ว่า รูปร่าง-รูปทรงที่ปรากฏอยู่นั้นเป็นเหตุหรือผลมาจากปัจจัยใด

2. การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) อธิบายประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นว่าคือการที่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นสอดคล้องกับการให้คำอธิบายการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวของสุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และนาฬิกอิภัค แสงสนิท (2556) ที่อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวสนใจการเข้ามีส่วนร่วมอย่างจริงจังในประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Authentic-active Participation) สอดคล้องกับการให้คำอธิบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่สู่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ สิ่งที่สืบทอดประเพณีที่สืบทอดหรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่

3. ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน

ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ในทางการท่องเที่ยวความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน คือ การที่เจ้าบ้านมีอัธยาศัยและความเป็นมิตรไมตรี การให้คำแนะนำ การให้ความช่วยเหลือ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และถือเป็นคุณสมบัติของการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่าบทบาทของเจ้าบ้านที่ดีคือแสดงความเป็นมิตรไมตรี ให้ความช่วยเหลือ อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ลักษณะของการต้อนรับที่ดี ยิ้มทักทายให้รู้สึกชุ่มฉ่ำ แสดงความสนใจและให้ความสำคัญ กระตือรือร้นในการรับฟัง มีอัธยาศัยไมตรีอบอุ่น ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม การต้อนรับ คือ (ธนพร พูลเพิ่ม, 2556)

ต้อนรับ =
ต - ตระหนัก
อ - อบอุ่น
น - น้ำใจ
รั - รอยยิ้ม
บ - บริการ

ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่อาศัยวัฒนธรรมเป็นฐาน (Culture-based tourism) และใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ (Creativity-led tourism) ซึ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างจากการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional cultural tourism) อย่างเห็นได้ชัดการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการขยายขอบเขต และระดับความเข้มข้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Richards, 2000 ; Richards and Raymond, 2000)

1.6 วิเคราะห์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมู่บ้านชาวนาชิราคาวาโกะ ประเทศญี่ปุ่น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านชิราคาวาโกะนี้ ตั้งอยู่บนภูเขาในเขตจังหวัดกิฟูและโทยามา (Gifu and Toyama Prefectures) ทางตอนกลางของเกาะฮอนชู เป็นแหล่งประกอบไปด้วยบ้านเรือนรูปร่างแปลกตาที่มีอายุเก่าแก่กว่า 200-300 ปี กระจายไปในแนวเหนือ-ใต้ตามที่ราบแคบ ๆ ที่ขนานไปกับแม่น้ำโชกาวะ (Shokawa River) หมู่บ้านแห่งนี้มีสิ่งที่แปลกตาคือหลังคาทรงสูงที่มีความชันมากถึง 60 องศากับพื้นดินจนดูเหมือนคนพนมมือ ภาษาญี่ปุ่นจึงเรียกสถาปัตยกรรมแบบนี้ว่าเป็นรูปแบบกัสโช (Gassho-zukuri) ซึ่งแปลว่าสร้างแบบพนมมือ ด้านหน้าทำเป็นหน้าจั่วแบบบ้านทรงไทย มีการเจาะช่องหน้าต่างเพื่อรับแสงสว่างจากภายนอก และเป็นการระบายอากาศให้ถ่ายเทจากด้านหนึ่งไปยังอีกด้านหนึ่ง เมื่อมองจากภายนอกจึงดูมีสัดส่วนสวยงาม ในปี พ.ศ. 2538 หมู่บ้านชิราคาวาโกะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกโดยองค์การยูเนสโก ทำให้หมู่บ้านแห่งนี้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นในพริบตา บ้านเรือนต่าง ๆ แปรสภาพกลายเป็นร้านขายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเมือง คือ การเดินตามเส้นทางวิถีชีวิตชุมชน การเดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การเข้าชมพิพิธภัณฑ์บ้านชาวนา ชมการชงชาแบบญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวอาจเข้าพักแบบโฮมสเตย์ในชุมชนได้ด้วย หรือหากมาในช่วงเทศกาลนักท่องเที่ยวสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการซ่อมแซมหลังคาบ้าน การร่วมกิจกรรมประเพณีของท้องถิ่น หรือการร่วมปลูกข้าวตามวิถีชีวิตของคนในพื้นที่

รายละเอียดตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทรัพยากรของแหล่งนำมาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

วิถีชาวนาของชาวญี่ปุ่น

การมีส่วนร่วมของชุมชน/ การเชื่อมโยงกับชุมชน

ชุมชนชาวนาชิราคาวาโกะ

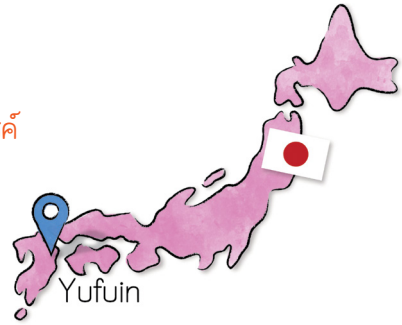
ลักษณะของการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว

1. กิจกรรมการสัมผัสบ้านชาวนาดั้งเดิมของชุมชนชิราคาวาโกะ ประเทศญี่ปุ่น
2. กิจกรรมการเข้าพักแบบโฮมสเตย์กับชาวชุมชนชิราคาวาโกะ
3. กิจกรรมการเรียนรู้การสร้างบ้านแบบชาวนา
4. กิจกรรมการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ของโบราณ และบ้านโบราณ
5. กิจกรรมการเรียนรู้การอยู่ร่วมกับธรรมชาติ และวัฒนธรรมญี่ปุ่น

2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยวยูฟูอิน ประเทศญี่ปุ่น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเมืองยูฟุอิน ประเทศญี่ปุ่น มีลักษณะของเมืองสุขภาพหรือเมืองออนเซ็นเล็ก ๆ ที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม เสน่ห์ของยูฟูอินไม่ใช่การที่เป็นเมืองท่องเที่ยวสุดทันสมัย หรือเต็มไปด้วยวัดวาอาราม ศาลเจ้าแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น แต่ที่นี่คือเมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองออนเซ็นที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของญี่ปุ่น ซึ่งโอบล้อมไปด้วยธรรมชาติที่สวยงามระดับพรีเมียม ทั้งภูเขา ทะเลสาบ สายน้ำ ทุ่งหญ้า และบ้านเรือนเก่าแก่ บรรยากาศโดยรอบ ๆ เมืองเงียบสงบ อากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมได้ อาทิ การแช่น้ำร้อน การเดินสัมผัสธรรมชาติชมอาคารบ้านเรือนของเมือง การชมของสาธิตการรทำของที่ระลึก



รายละเอียดตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทรัพยากรของแหล่งนำมาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก ของที่ระลึก ต้นแบบของ OTOP

ธรรมชาติ น้ำพุร้อน

การมีส่วนร่วมของชุมชน/ การเชื่อมโยงกับชุมชน

ชาวเมืองยูฟูอิน

ลักษณะของการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว

1. กิจกรรมการเข้าพักแบบโฮมสเตย์ หรือที่พักแบบเรียวกัง
2. กิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิต สัมผัสวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่น การทำอาหาร และการชงชาแบบญี่ปุ่น
3. กิจกรรมการเรียนรู้งานหัตถกรรมฝีมือชาวญี่ปุ่น

3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยวอาริมะออนเซน ประเทศญี่ปุ่น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมู่บ้านอาริมะออนเซน (Arima Onsen) เป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งใกล้เมืองโกเบ หมู่บ้านอาริมะออนเซน เป็นหมู่บ้านที่อยู่อีกฟากฝั่งหนึ่งของเทือกเขารอคโคะ ไม่ไกลจากตัวเมืองโกเบ ด้วยน้ำพุร้อนที่มีชื่อเสียงกับทำเลที่ตั้งสะดวก แบบจะมาเช้าเย็นกลับทั้งจากเมืองโกเบหรือโอซาก้าเองก็ทำได้ ทำให้หมู่บ้านนี้จัดเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับทั้งชาวญี่ปุ่นและชาวต่างชาติเอง การเที่ยวชมรอบหมู่บ้านสามารถทำได้โดยการเดิน ใช้เวลา ราว 1 ชั่วโมงก็เรียกได้ว่าสำรวจได้ครบทั้งหมู่บ้านแล้ว

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ การเดินชมอาคารเก่าแก่ การเรียนรู้ การทำอาหารขนมเลื่องชื่อของหมู่บ้านนี้อย่าง "Tansan" การแช่ออนเซนแบบโบราณในโรงอาบน้ำสาธารณะ Senbei" ด้วยการแช่บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ ได้แก่ บ่อน้ำแร่ Kin-no-Yu ซึ่งเป็นบ่อน้ำแร่สีทองที่มีส่วนผสมของธาตุเหล็กสูง มีสรรพคุณลดการบาดเจ็บของกล้ามเนื้อ โรคไขข้อ ในขณะที่ Gin-no-Yu จะเป็นบ่อน้ำแร่ใสมีส่วนผสมของคาร์บอนิกและเรเดียม (Carbonic and Radium) มีสรรพคุณช่วยบำรุงระบบย่อยอาหาร ภาวะเส้นเลือดอุดตัน

รายละเอียดตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทรัพยากรของแหล่งนำมาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

หมู่บ้านออนเซ็นโบราณ บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ

การมีส่วนร่วมของชุมชน/ การเชื่อมโยงกับชุมชน

ชาวเมืองอาริมะ

ลักษณะของการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว

1. กิจกรรมท่องเที่ยวสัมผัสวิถีธรรมชาติการแช่น้ำแร่ร้อนหรือการอองเซ็นแบบธรรมชาติ
2. กิจกรรมการไหว้พระในศาลเจ้าตามความเชื่อของคนญี่ปุ่น
3. กิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหารแบบญี่ปุ่น และการชงชาแบบญี่ปุ่น
4. กิจกรรมการสัมผัสธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์แบบญี่ปุ่น โดยการนั่งกระเช้าเพื่อชมธรรมชาติ

4.แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองเก่ามะละกา ประเทศมาเลเซีย

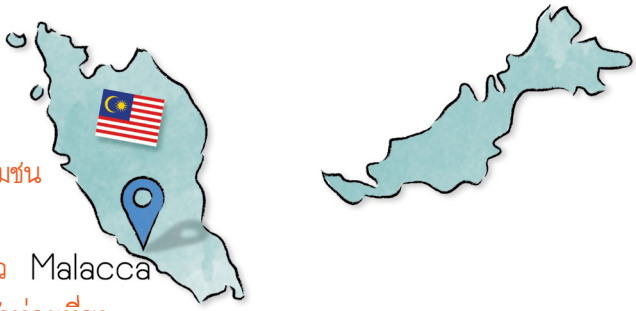
เมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะละกา มีลักษณะเป็นเมืองท่าที่ใหญ่ที่สุดของเอเชียอาคเนย์มาตั้งแต่ครั้งอดีตกาล และเป็นแหล่งประวัติศาสตร์หลักของประเทศมาเลเซียในด้านต่าง ๆ ทั้งเรื่องเศรษฐกิจการค้า ศาสนาและงานศิลปะแขนงต่างๆ ที่ผสมผสานกันระหว่างยุโรป ตะวันออกกลางและเอเชีย มะละกาเป็นเมืองในทวีปเอเชียที่มีงานสถาปัตยกรรมของยุโรปโดดเด่นมากเมืองหนึ่ง นอกจากนั้นเมืองนี้ยังขึ้นชื่อเรื่องชายหาดขาวและทิวต้นมะพร้าวริมอ่าวอันสวยงามอีกด้วย สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมได้แก่ วัดคริสต์ (Christ Church) โบสถ์เซนต์ปอล (St Paul's Church) ป้อมปราการโบราณอาฟาร์โมสา (A Formesa Fort) พิพิธภัณฑ์วัฒนธรรม (Heritage Centre) ถนนเก่าจ็อนเกอร์ (Jonker Street) พิพิธภัณฑ์ทางทะเล (Coral Wonderland) จัตุรัสโปรตุเกส (Red Square/ Dutch Square) มัสยิดโบราณตรังเกรา (Tranquerah) บ่อน้ำโบราณ ตลาดนัดกลางคืน (Pasar Malam) และวัดเช็งฮุนเต็ง (Cheng Hoong Teng Temple) เป็นต้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ การเดินชมอาคารตึกเก่า ชมพิพิธภัณฑ์แหล่งประวัติศาสตร์ การล่องเรือชมธรรมชาติและอาคารเก่า การชมอาหารท้องถิ่น การเข้าพักโฮมสเตย์ การเรียนรู้กิจกรรมชุมชน เป็นต้น

รายละเอียดตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทรัพยากรของแหล่งนำมาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. แหล่งประวัติศาสตร์เมืองมะละกา
2. วิถีชีวิตคนท้องถิ่นในเมืองมะละกา
3. อาคารและสถาปัตยกรรมเมือง ที่ผสมผสานระหว่างจีนและตะวันตก



การมีส่วนร่วมของชุมชน/ การเชื่อมโยงกับชุมชน

ชุมชนท่องเที่ยวประวัติศาสตร์เมืองมะละกา

ลักษณะของการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว

1. กิจกรรมการนั่งเรือชมธรรมชาติ และการชมเมืองประวัติศาสตร์มะละกา
2. กิจกรรมการเข้าพักแบบโฮมสเตย์ร่วมกับชุมชนในเมืองมะละกา
3. กิจกรรมการเรียนรู้และศึกษาประวัติศาสตร์เมืองมะละกา การเชื่อมโยงกับชาติตะวันตก และการเดินเรือในพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ในเขตเมือง
4. กิจกรรมการนั่งสามล้อสไตล์มะละกา ที่ตกแต่งสวยงาม รอบเมืองมะละกา ทั้งกลางวัน และยามค่ำคืน
5. ชม ชิม ช้อปอาหารและสินค้าท้องถิ่นบนถนนช้อปปิ้งในเขตเมือง ทั้งกลางวันและยามค่ำคืน

5.แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองอินเทอร์ลาเคิน ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อินเทอร์ลาเคิน เป็นเมืองในรัฐแบร์นของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เมืองอินเทอร์ลาเคินตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของกรุงแบร์นไปราว 56 กิโลเมตร อยู่บริเวณเชิงเขาทางเหนือของเทือกเขาสวิตแอลป์ เป็นเมืองทางผ่านที่จะขึ้นไปยังยอดเขายุงเฟรายอร์ชซึ่งเป็นจุดที่สูงที่สุดในทวีปยุโรปที่เข้าถึงได้ด้วยรถไฟ และด้วยภูมิศาสตร์ของเมืองที่ตั้งอยู่กึ่งกลางระหว่างทะเลสาบทุนและทะเบสาบบรีนซ์ และมีแม่น้ำอาเรเชื่อมทั้งสองทะเลสาบตัดผ่ากลางเมือง ด้วยประการฉะนี้ทำให้อินเทอร์ลาเคินกลายเป็นหนึ่งเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้น ๆ ของประเทศ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ การเดินทางโดยรถไฟไต่เขาขึ้นยอดเขาจุงเฟรา ยอดเขาของสามขุนเขาไอเกอร์ เมิ้นส์ ที่ปกคลุมด้วยหิมะตลอดกาล กิจกรรมกีฬาที่ท้าทายและระทึกใจทั้งทางน้ำและทางอากาศ อาทิ ร่มพาราไกด์ และการเล่นสกี

รายละเอียดตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทรัพยากรของแหล่งนำมาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. ธรรมชาติและความสวยงามของธรรมชาติในเขตเมือง
2. วิถีชีวิตที่สะท้อนความเป็นชาวสวิต ทั้งอาหาร การดำเนินชีวิต

การมีส่วนร่วมของชุมชน/ การเชื่อมโยงกับชุมชน

ชุมชนท่องเที่ยวในเขตเมืองอินเทอลาเคน

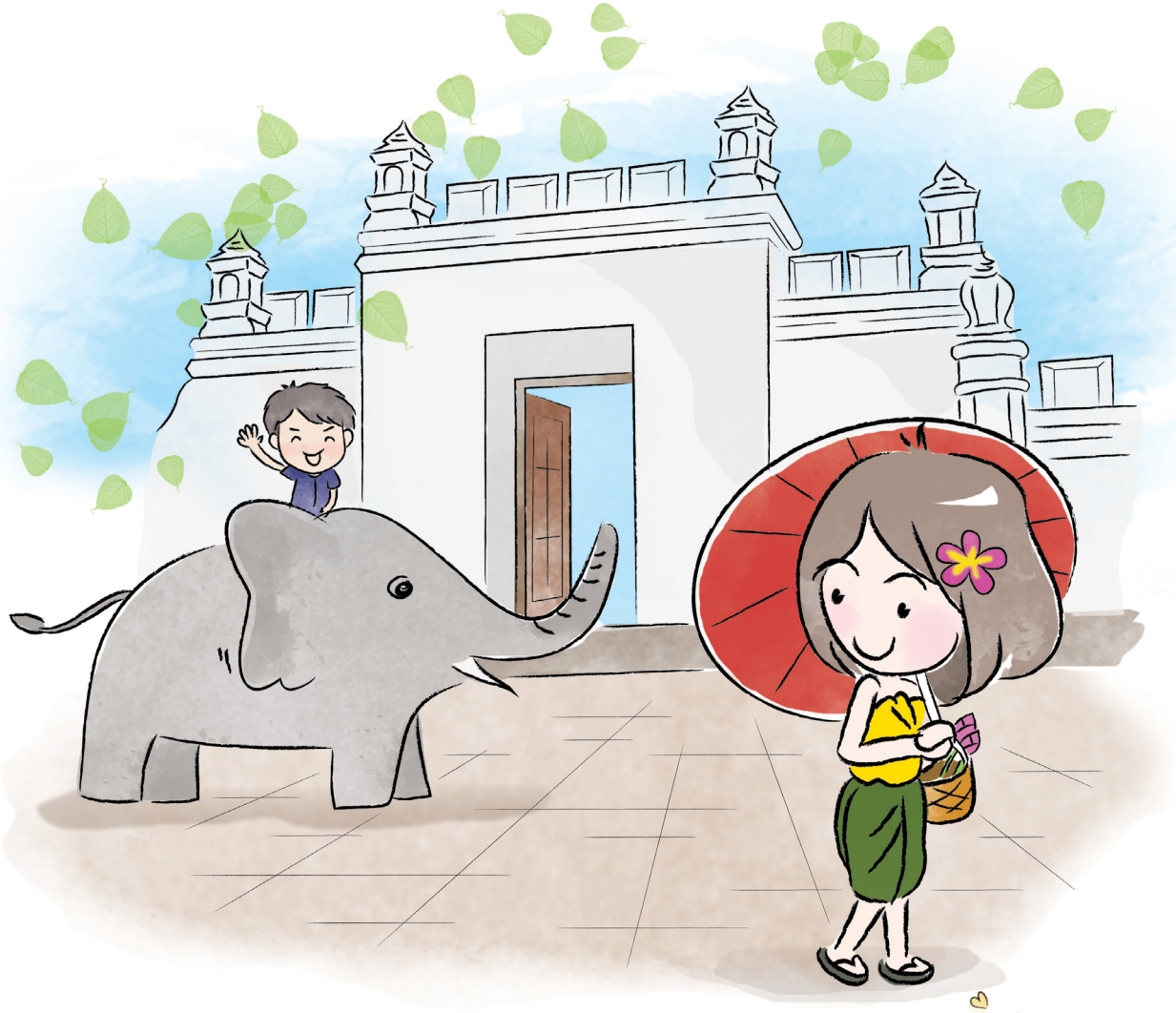
ลักษณะของการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว

1. กิจกรรมการขึ้นรถไฟไต่ความสูงเพื่อพิชิตยอดเขาจุงเฟรา
2. สร้างประสบการณ์การเล่นสกี (ในช่วงหน้าหนาว) และกีฬาในเมืองหิมะ
3. กิจกรรมการร่วมทำอาหารกับชาวท้องถิ่นสวิต และการรับประทานอาหารร่วมกัน (ติดต่อบริษัทที่รับจัดกิจกรรมได้)
4. ชม ร่วมในกิจกรรมการแสดงท้องถิ่นที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกสัปดาห์

ส่วนที่ 2 รู้จักและรู้ใจ

การรู้จัก รู้ใจ และเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นับเป็นความท้าทายของนักบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่จะต้องศึกษาและวิเคราะห์

สมาคมการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและการพักผ่อน (Association for Tourism and Leisure Education : ATLAS) ได้ระบุข้อค้นพบว่า มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 5 เท่านั้นที่มีมุมมองต่อการใช้ชีวิต ในวันหยุดในลักษณะ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ข้อค้นพบดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ระบุชี้ชัดได้ยาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งวัฒนธรรมยังคงมองว่าตนเองเป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourists) อยู่ดี (ATLAS, 2011) ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะคำว่า "ความคิดสร้างสรรค์" ไม่ดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร แต่เหมาะสำหรับการใช้ในเชิงวิชาการและการกำหนดนโยบายมากกว่า ยิ่งไปกว่านั้นในบางกรณียังคงมองว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเพียง ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยซ้ำไป



นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourists)

นักท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทมากที่สุดเนื่องจากเป็นผู้ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว และแสดงพฤติกรรมการบริโภคในลักษณะต่าง ๆ ที่ผ่านมายังไม่มีผลงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ระบุคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้อย่างชัดเจน พบว่ามีเพียงการตั้งสมมติฐานจากการวิเคราะห์คำนิยาม ความหมาย และการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถระบุคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยสรุป ดังนี้ (Salman & Uygur, 2010)

● นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีความเต็มใจที่ก้าวออกมาจากวิถีแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ● พร้อมที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและประสบการณ์ใหม่ ๆ และเป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบค้นหาทางเลือกใหม่ ยินดีที่จะไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวใหม่ นอกจากนี้ยัง ● มองหาประสบการณ์จริงในวันหยุดพักผ่อนที่สร้างสัมพันธภาพ ● การมีส่วนร่วมการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงจากภายใน ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาทักษะของตนเอง ● คาดหวังประสบการณ์ที่เปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชุมชนในท้องถิ่น

ดังนั้นในฐานะเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องสร้างสรรค์ประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน เพื่อตอบโจทย์นักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

การท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์
ทำให้นักท่องเที่ยว
ได้สัมผัสประสบการณ์
แบบคนท้องถิ่น

แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มักมีพฤติกรรมและความต้องการ ดังนี้

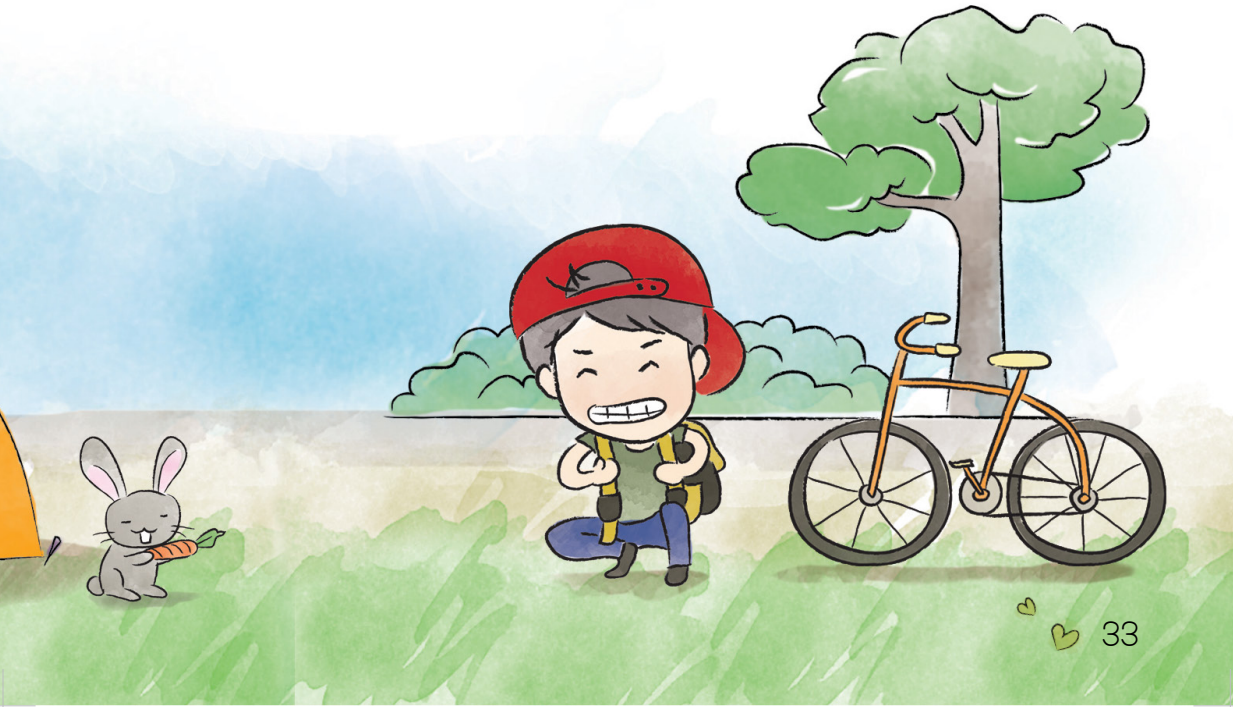
1. นักท่องเที่ยวจะมีความสนใจและมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ มีความต้องการสัมผัสประสบการณ์แบบคนท้องถิ่น หรือ การท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism และความใส่ใจด้านสุขภาพและความปลอดภัยจากนักท่องเที่ยวสูงอายุที่จะมีจำนวนมากถึง 2 พันล้านคน ในปี พ.ศ. 2593 ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องปรับตัว

2. จากการคาดการณ์ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) ประชากรผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) จะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12 ในปี พ.ศ. 2557 เป็นร้อยละ 21 ของประชากรโลก ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจ เป็นหลัก คำนึงถึงปัจจัยด้านสุขภาพและความปลอดภัย อีกทั้งยังเป็นนักท่องเที่ยวที่พักนานและใช้จ่ายสูง

3. นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาว Gen-Y ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบคนท้องถิ่นอย่างแท้จริง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ทำให้เกิด Sharing Economy ซึ่งหมายถึงการแบ่งปัน แลกเปลี่ยน หรือปล่อยเช่าสิ่งต่าง ๆ ที่เจ้าของไม่ได้ใช้งาน เช่น ที่พัก รถยนต์ อาหาร ฯลฯ ให้กับบุคคลที่ต้องการสิ่งเหล่านี้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ตัวอย่างของ Sharing Economy ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4. การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและการใช้ Social Media ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว (Customer Purchase Cycle)

จากแนวโน้มดังกล่าว ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า ซึ่งเน้นประสบการณ์และการเรียนรู้ มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการจัดการการท่องเที่ยว



ส่วนที่ 3 ขั้นตอนลงมือสู่การปฏิบัติ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งเนื้อหา ดังนี้

3.1 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.3 โมเดลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าบนฐานความยั่งยืน

3.4 แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- ขั้นการต่อยอด
- ขั้นการเพิ่มค่า
- ขั้นการหาจุดต่าง
- ขั้นการสร้างกระแสของการท่องเที่ยว

3.1 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของสิ่งสำคัญ 3 ประการ คือ

- การต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ประกอบด้วยทุนทางสังคม วัฒนธรรม และมีการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว
- เน้นการมีส่วนร่วมและประสบการณ์จริงด้วยการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมและมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน
- การสร้างความแตกต่างในการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีการสร้างสรรค์ผลงาน ตลอดจนพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว

3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีทั้งสิ้น 11 ปัจจัย คือ (Richards, 2010 : 7)

1. บริบท (Context)

แหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสถานที่ของตน ซึ่งแต่ละสถานที่อาจจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ สังคม วัฒธรรม เศรษฐกิจ จำเป็นต้องนำปัจจัยเหล่านี้มาประกอบการพิจารณาการจัดการการท่องเที่ยว

2. การมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น (Local Involvement)

ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

6. การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดี (Strong Content)

การจัดการท่องเที่ยวไม่ควรซ้ำและสามารถมองเห็นความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยว

7. การมีอิสรภาพในการบริหารจัดการ (Political Independence and Artistic Autonomy)

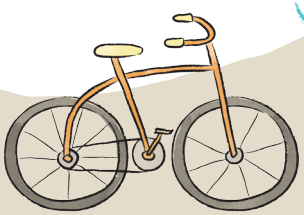
การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ควรจะได้รับประโยชน์ทางการเมืองและโครงสร้างการดำเนินงานควรมีความอิสระในการจัดการท่องเที่ยว

8. การสื่อสารและการตลาดที่ดี (Good Communication and Marketing)

กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ชัดเจน

9. การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ (Sufficient Funds)

งบประมาณที่ให้การสนับสนุนควรพร้อมสำหรับการใช้ดำเนินงาน



3. การมีพันธมิตร (Partnerships)

การพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแตกต่างกันซึ่งถือว่ามีความสำคัญ อาจรวมถึงสถาบันทางวัฒนธรรม สมาคมอิสระท้องถิ่น กลุ่มธุรกิจ การท่องเที่ยว การบริการทางสังคม และองค์กรชุมชน

4. การวางแผนระยะยาว (Long-term Planing)

การวางแผนล่วงหน้าการจัดการการท่องเที่ยวและการวางแผนทรัพยากรที่สำคัญ

5. การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (Clear Objectives)

มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและวัตถุประสงค์จะต้องเอื้อต่อการพัฒนา

11. การเมือง (Political Will)

โครงการต้องได้รับการสนับสนุนทางการเมือง เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

10. การมีผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง (Strong Leadership and Committed Team)

ผู้นำต้องวิสัยทัศน์และทักษะในการนำชุมชนและทีมงานควรมีความมุ่งมั่นในการทำงาน

(อ้างอิง : Richards, 2010 : 7)

จากการศึกษา ทบทวนข้อมูล รวมถึงการศึกษาจากกรณีศึกษาที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ รวมถึงการลงเก็บข้อมูลให้แหล่งท่องเที่ยว ทำให้ได้โมเดลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

3.3 โมเดลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าบนฐานความยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ความโดดเด่นของทรัพยากร (Tourism Resources and Local Identity) ประกอบด้วย
   - ความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของทรัพยากร (Identity)
   - ความเป็นหนึ่งเดียว (Integrity)
   - ความจริงแท้และดั้งเดิม (Authenticity)

2. การมีส่วนร่วมของเจ้าของแหล่งหรือเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว (People and Participation)
   - ความต่างของวัฒนธรรม (Cross Culture)
   - ความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (More Participate)

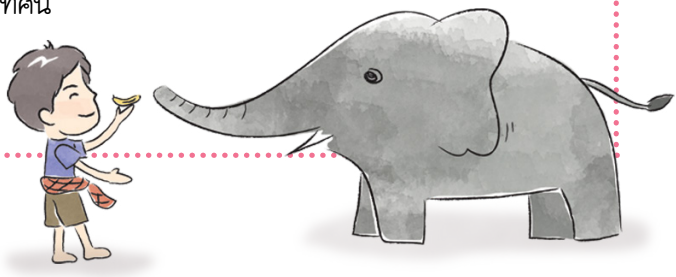
3. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่จะได้รับ (Tourist Experience)
   - การจัดการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ (Hand in Experience)
   - สร้างความจดจำและประทับใจ (Memorable)

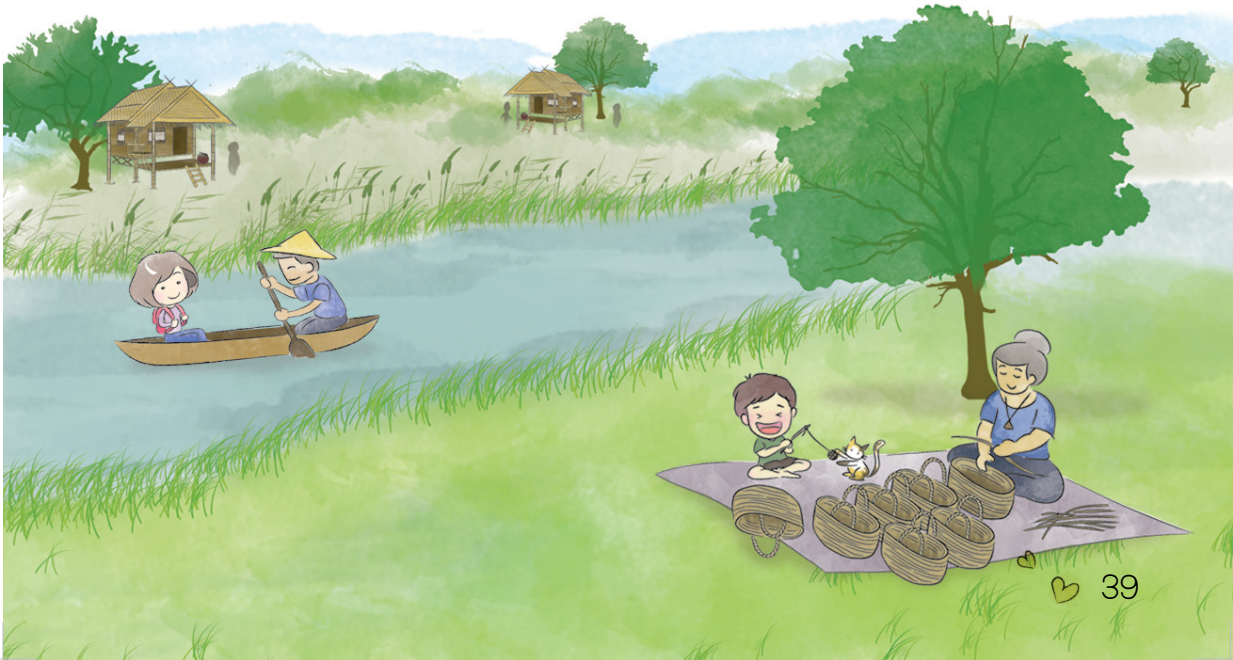
ความสมดุล

ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรสร้างสมดุลใน 2 มิติ คือ มิติของการมุ่งตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และมิติของเจ้าบ้านหรือเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสมดุลของการพัฒนาทั้งสองส่วน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าบ้านหรือเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว

- การบริหารจัดการบนฐานหลักการธรรมภิบาล และเป็นธรรม คือการจัดการผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และยึดหลักความพอเพียง โดยอาศัยกฎกติการ่วมกัน
- ผู้นำที่เข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์
- การมีส่วนร่วมของภาคีทุกภาคส่วน





องค์ประกอบที่ 1

TOURSM RESOURCES OR LOCAL IDENTITY

ทรัพยากรการท่องเที่ยว
หรือความเป็นอัตลักษณ์
ของชุมชนท้องถิ่น

- **IDENITTY**
  ความเป็นอัตลักษณ์
- **INTEGRITY**
  ความเป็นองค์รวมและเอกภาพ
- **AUTHENTICITY**
  ความเป็นของแท้ดั้งเดิม

องค์ประกอบที่ 2

PEOPLE AND PARTICIPATION

ชุมชนกับการมีส่วนร่วม

- **CROSS CULTURE**
  ให้ความสำคัญกับความแตกต่างทางวัฒนธรรม
- **MORE PARTICIPATE**
  การมีส่วนร่วม

องค์ประกอบที่ 3

TOURIST EXPERIENCE

ประสบการณ์
ของนักท่องเที่ยว

- **HAND ON EXPERIENCE MEMORABLE**
  การให้ความสำคัญกับประสบการณ์
  ในการสร้างความความทรงจำที่ประทับใจ

องค์ประกอบของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวหรือตลาด

3.4 แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ วิธีการ และหลักการของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างคุณค่าจากประสบการณ์ โดยเน้นการสร้างความสมดุลของ

● "ขั้นการต่อยอด" วิเคราะห์ทุนและความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ทุนเพื่อต่อยอด เป็นกระบวนการแรกของบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การสำรวจ วิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

- ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติสรรค์สร้าง อาทิ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ป่า เขา ดอกไม้ แหล่งธรรมชาติที่โดดเด่นของท้องถิ่น

- ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น อาทิ วิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม รวมถึงประวัติศาสตร์

ซึ่งการวิเคราะห์นี้ต้องพิจารณาอย่างถ่องแท้ กลั่นกรองให้รู้ถึงรากเหง้าที่แท้จริง และอัตลักษณ์ของทรัพยากรทำการศึกษาข้อมูลเชิงลึก ซึ่งผู้ที่จะอธิบายถึงรากเหง้าที่แท้จริงได้ดี คือ เจ้าของทรัพยากร ขั้นตอนของการวิเคราะห์ทุน มีดังนี้

1. การสำรวจ ค้นหา ศึกษาทุนทางทรัพยากร หาความโดดเด่น อัตลักษณ์ และคุณค่าในเชิงวัฒนธรรม สังคม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

2. จัดประเภทหรือจัดกลุ่มของทรัพยากร อาทิ ทุนทางภูมิปัญญา ศิลปกรรม ธรรมชาติ การบริหารจัดการ

3. เจ้าของพื้นที่หรือชุมชนร่วมกันประเมินความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว ค้นหาพระเอกหรือนางเอกที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้

4. ร่วมกันลำดับความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว

5. ร่วมกันคัดเลือกทรัพยากรที่เป็นพระเอกหรือนางเอกมาดำเนินการประเมินความเป็นไปได้ในการนำมาต่อยอดสู่การท่องเที่ยว เพื่อนำเข้าสู่ขั้นตอนต่อไป

6. ดำเนินการประชุมเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกัน

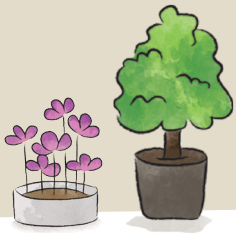
● "ขั้นการเพิ่มค่า" สู่การท่องเที่ยวเชิงคุณค่า...ด้วยการสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

การออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่า หมายถึง การนำทุนทางทรัพยากรมาต่อยอดให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว และกำหนดรูปแบบการให้บริการของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยสามารถสื่อสารสู่นักท่องเที่ยวได้ดังนี้

- กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist Activity) โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นต้องเป็นกิจกรรมที่มีความลึกซึ้งบนฐานของอัตลักษณ์หรือความเป็นจริงของพื้นที่ ผูกโยงเกี่ยวพันกันกับทุนทางทรัพยากรที่โดดเด่นตามที่ได้สำรวจและคัดเลือกมาในขั้นตอนที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นเน้นการให้นักท่องเที่ยว ได้ลงมือปฏิบัติ มีส่วนร่วมกับพื้นที่หรือชุมชนเจ้าของทรัพยากรอย่างแท้จริง เพื่อสร้างประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว และสร้างคุณค่าทางจิตใจให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการมุ่งเน้นการสร้างการเรียนรู้ และเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของทรัพยากร

- การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว (Tourism Interpretation) คือ การสร้างและพัฒนากระบวนการสื่อความให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและลึกซึ้ง ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยการสื่อความหมายนี้อาจดำเนินการได้ทั้งการ สื่อความโดยอาศัยคนท้องถิ่นหรือเจ้าของทรัพยากรเป็นผู้สื่อความ และการสื่อความโดยอาศัยเทคนิคหรือเทคโนโลยีช่วยสื่อความ อาทิ คู่มือการสื่อความหมาย หูฟัง ภาพยนตร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามในการเตรียมการเพื่อการสื่อความหมายนี้ จำเป็นต้องคำนึงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกันไปด้วย

- การสร้างเรื่องเล่า (Story Telling) คือ การพัฒนาและสร้างเรื่องราวเรื่องเล่าที่สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเรื่องเล่านี้ต้องอยู่บนฐานของความเป็นจริงแท้ และมีการสอดแทรกเนื้อหาที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเข้าใจและสนใจ ตลอดจนสามารถเรียนรู้ได้



- การสร้างสรรค์สู่ของที่ระลึกเพื่อเพิ่มมูลค่า ของที่ระลึกเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สามารถผูกโยงเรื่องราวของการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างดี อย่างไรก็ตามในการจัดการกับของที่ระลึกนี้ควรให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ขึ้น หรืออาจจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมไปด้วย อาทิ การทอผ้าหรือย้อมผ้าเป็นของที่ระลึกและให้นักท่องเที่ยวนำกลับ การให้นักท่องเที่ยวทำขนมไทยหรืออาหารไทยและสามารถนำกลับไปเป็นของที่ระลึกหรือฝากเพื่อนและญาติพี่น้อง ซึ่งกระบวนการให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการทดลองสร้างสรรค์ของที่ระลึกขึ้นมาเองจะทำให้ของนั้นเกิดคุณค่าและมูลค่าในมุมมองของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

สิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงในการจัดการการเพิ่มค่าให้กับการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาให้ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ มีความเต็มใจที่ก้าวออกมาจากวิถีแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม มองหาทางเลือกใหม่ มองหาประสบการณ์จริงในวันหยุดพักผ่อนที่สร้างสัมพันธภาพ การมีส่วนร่วมการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงจากภายใน ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาทักษะของตนเอง และมีความคาดหวังประสบการณ์ที่เปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชุมชนในท้องถิ่น

● "ขั้นการหาจุดต่าง" สร้างความโดดเด่นบนฐานอัตลักษณ์ สู่การเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว

การสร้างสรรค์อัตลักษณ์เพื่อหาจุดต่าง หมายถึง การสร้างสรรค์ประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยวแบบที่ไม่เหมือนใคร บนฐานของทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีหลักการ 3 ด้านดังนี้

- การสร้างความรู้สึกของการเป็นเจ้าของ ทั้งส่วนของชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยในมุมของชุมชน จะเกี่ยวข้องกับการสืบทอด สืบต่อ การเล่าเรื่องของตนเอง การสร้างความเป็นหนึ่งเดียว สร้างกฎระเบียบในการควบคุมการพัฒนา โดยสามารถเรียนรู้ ได้ด้วยตนเอง (เช่นการสร้างงาน สร้างอาชีพ) การเรียนรู้จากคนรุ่นเก่ารับฟังจากคน รุ่นเก่า ชุมชนจะทำงานกันเป็นกลุ่ม รุ่นพี่ส่งต่อรุ่นน้อง มีการสร้างสวัสดิการจากการท่องเที่ยว จากผลประโยชน์ของการท่องเที่ยว

- การสร้างความรู้สึกของการได้เป็นหนึ่งเดียว หาที่อื่นไม่ได้ และไม่ซ้ำใคร คือ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการทางการท่องเที่ยวโดยอาศัยฐานทรัพยากรที่เป็นอัตลักษณ์ตามที่ได้ประเมินและกำหนดศักยภาพไว้ในขั้นตอนที่ 1 อย่างไรก็ตามหากวิเคราะห์เฉพาะทรัพยากรอาจจะพบว่าอาจมีความคล้ายคลึงกับที่อื่น ดังนั้น ในการทำให้เกิดความแตกต่างได้ คือ การสร้างกระบวนการในการให้บริการที่ไม่เหมือนหรือไม่ซ้ำกับพื้นที่อื่นก็เป็นได้ อาทิ กิจกรรมการทำตุง ซึ่งมีหลายที่ทำคล้ายกัน ดังนั้น เพื่อทำให้เกิดความต่างจึงได้นำความเชื่อจากเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาเพิ่มเติมเป็นกิจกรรมการตัดตุงเท่าความสูงของนักท่องเที่ยว โดยจะให้นักท่องเที่ยวตกแต่งตุง และนำตุงที่ตนเองสร้างได้มาถวายพระ

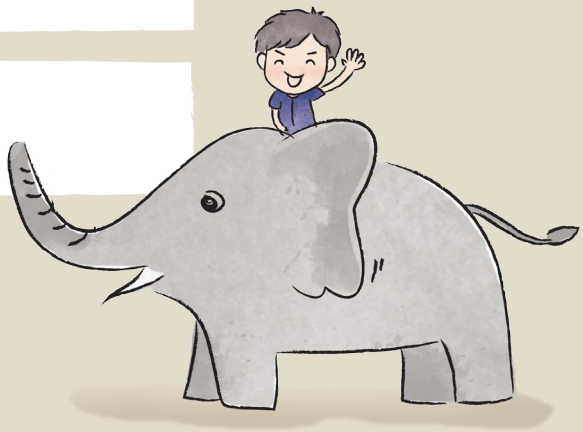
- การสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วม คือ การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบให้เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสร่วมกันในการลงมือปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมของพื้นที่ ไม่สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเพียงแค่ให้นักท่องเที่ยวชม หรือดูการสาธิตเท่านั้น ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีส่วนร่วมอย่างมีคุณค่า ทั้งคุณค่าต่อตนเอง คุณค่าต่อสังคม อาทิ กิจกรรมการเชิงแบบอาสาสมัคร (Volunteer Tourism)

● "ขั้นการสร้างกระแสของการท่องเที่ยว" ด้วยการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า

การสร้างกระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเน้นการนำเสนอเนื้อหา (Massage) ของการสื่อสาร คือ "ความเป็นอัตลักษณ์ ประสบการณ์ และความประทับใจในการมีส่วนร่วมของการเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวโดยในการสร้างสื่อ ควรสร้างให้เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ: การสื่อสารด้วยข้อมูลเชิงลึกจึงเป็นส่วนสำคัญ นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป: เน้นการสื่อสารภาพรวม

ขั้นตอนในการสร้างกระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า ดำเนินการได้ดังนี้

- วิเคราะห์และกำหนดนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่ต้องสื่อสาร
- คัดเลือกรูปแบบของสื่อที่ต้องการสื่อสาร
- พัฒนางานสื่อประชาสัมพันธ์ ค้นหาข้อความ หรือ message ที่จะสื่อ
- ดำเนินการสื่อสาร เพื่อสร้างกระแส
- ประเมินผลการสื่อสาร



ส่วนที่ 4 แลกเปลี่ยนและเรียนรู้จากกรณีศึกษา การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2 แหล่ง

เนื้อหาในส่วนนี้ได้จากการลงพื้นที่จัดประชุมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการร่วมวางแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอาศัยแนวทางและขั้นตอนบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ ตามที่ได้ระบุไว้ในส่วนที่ 3 คือ การวิเคราะห์ทุน ทรัพยากร หรือการต่อยอด การเพิ่มคุณค่าโดยการออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยว การหาจุดต่างและการสร้างกระแสที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร

- ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก-หมู่บ้านท่องเที่ยวแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
- ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชาวบ้าน โครงการส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

จากการประชุมสรุปแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตกและชุมชนท่องเที่ยวแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นการวิเคราะห์ทุนเพื่อการต่อยอด จากการประชุมและการศึกษาทุนทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแหล่งท่องเที่ยว พบความโดดเด่นของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ดังนี้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก

1. วิถีเกษตรที่สูง
   - การปลูกกาแฟ
   - การผลิตฟาแลนนอปซิส
   - การผลิตเห็ด สปอร์เห็ด
   - การแปรรูปกาแฟอราบีก้า
   - การผลิตวนิลา
   - ผักระบบมาตรฐาน GAP 8 ชนิดพืช
   - ชาขาว
   - น้ำผึ้งขม
   - งานหัตถกรรม
   - ภูมิปัญญา องค์ความรู้
   - การผลิตไม้กระถาง
   - การปลูกไม้ผล
2. ผาน้ำลอด ธรรมชาติ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนแม่กำปอง

1. ธรรมชาติ ทุนทางธรรมชาติที่โดดเด่น ดิน น้ำ ป่า อากาศเย็นสบายทั้งปี จุดชมวิว

2. สังคม วิถีของคนในหมู่บ้าน เช่น การทำเมี่ยง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของบ้านแม่กำปอง และกำลังต่อยอดด้วยการสร้างเป็นพิพิธภัณฑ์เมี่ยง เพื่อให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รู้ถึงวิถีของชุมชน การปลูกกาแฟ การเลี้ยงผึ้ง อาหาร รวมถึงวิถีความเป็นอยู่ของชาวบ้านแม่กำปอง

3. วัฒนธรรม พระอุโบสถกลางน้ำ เป็นอุโบสถที่ผู้หญิงสามารถเข้าไปข้างในได้ ใช้น้ำแทนหินพัทธสีมา เขาวงกต พิธีการเข้าวงกต ซึ่งจัดขึ้นในช่วงประเพณีลอยกระทงหรือยี่เป็ง

ขั้นการออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่า

แนวทางการออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยว

1. กิจกรรมการร่วมชมการสาธิตเรื่องการเกษตร เชื่อมโยงไปสู่ชุมชน การอัดก้อนเห็ด การเรียนรู้การปลูกเมี่ยง ผัก ไม้ผลเมืองหนาว ชมการเก็บกาแฟ การทำหมอนใบชา
2. กิจกรรมการร่วมทำอาหารท้องถิ่น เช่น ไข่ทอดใบตอง
3. กิจกรรมการชง ชิมกาแฟ
4. กิจกรรมการที่พักร่วมกับชุมชนเพื่อชื่นชมบรรยากาศของหมู่บ้านกลางหุบเขา
5. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อชุมชน แหล่งสร้างสรรค์ รักษาชุมชน
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตอนเย็นอาจจะมีเวทีการแลกเปลี่ยนระหว่างกรรมการดูแลแหล่งกับนักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวสะท้อนความรู้สึก ความคิด เพื่อการพัฒนาต่อยอด
7. กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การจัดฐานเรียนรู้ ทำขนม (ขนมจ๊อก) การทำบายศรี
8. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มคุณค่า เพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับนักท่องเที่ยว เช่น สุขภาพ แปลงผัก เกษตรแนวตั้ง
9. กิจกรรมเชื่อมโยงประเพณี เช่น สีผึ้ง ภูมิปัญญา ฝ้าย
10. กิจกรรมการทำตุง นักท่องเที่ยวทำเท่ากับขนาดความสูงของตนเองชุมชนจะเป็นผู้เตรียมไว้เบื้องต้น นักท่องเที่ยวมาต่อยอดตกแต่ง นำไปถวายพระด้วยตนเอง เพื่อถวายพระพุทธเจ้าเท่ากับตนเองนับเป็นบุญอันยิ่งใหญ่

ขั้นการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการหาจุดต่าง

แนวทางการสร้างอัตลักษณ์เพื่อหาจุดต่าง มีดังนี้

1. การสร้างความรู้สึกของการเป็นเจ้าของ ทั้งส่วนของชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยในมุมของชุมชน จะเกี่ยวข้องกับการสืบทอด สืบต่อ การเล่าเรื่องของตนเอง การสร้างความเป็นหนึ่งเดียว สร้างกฎระเบียบในการควบคุมการพัฒนา โดยสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เช่น การสร้างงาน สร้างอาชีพ การเรียนรู้จากคนรุ่นเก่ารับฟังจากคนรุ่นเก่า ชุมชนจะทำงานกันเป็นกลุ่มรุ่นพี่ส่งต่อรุ่นน้อง มีการ สร้างสวัสดิการจากการท่องเที่ยว จากผลประโยชน์ของการท่องเที่ยว
2. การสร้างความรู้สึกของการได้เป็นหนึ่งเดียว และหาที่อื่นไม่ได้
3. การทำตุง เท่าความสูงของนักท่องเที่ยว ตกแต่ง ถวายพระ
4. การสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วม
5. การสื่อสาร/เล่าเรื่อง สู่นักท่องเที่ยวด้วยภูมิปัญญาของชุมชน กฎระเบียบของชุมชนที่มีร่วมกัน เช่น การอธิบายความเป็นอัตลักษณ์ ดินดี อากาศเย็น อันเนื่องมาจากชุมชนช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อม การเกิดขึ้นของไฟป่า กาแฟ ออแกนิคอธิบายด้วยอัตลักษณ์ GI ทางภูมิศาสตร์ พื้นที่ ในการปลูกกาแฟ เมล็ดอาจจะไม่สวยงาม แต่เป็นเมล็ดที่ปลูกตามธรรมชาติ เมี่ยง ไม่มีปุ๋ย ไม่ใส่ยา ภูมิปัญญาการปลูกเมี่ยง “จดหน่วยเมี่ยง การขยายพันธุ์ใบเมี่ยง” อธิบายด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการเพิ่มคุณค่า มูลค่า

ขั้นการสร้างกระแสการท่องเที่ยว

แนวทางการสร้างกระแสการท่องเที่ยว

1. การใช้สื่อโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ และสื่ออินเตอร์เนต
2. การสร้างสื่อควรสร้างให้เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม
3. นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ: การสื่อสารด้วยข้อมูลเชิงลึกจึงเป็นส่วนสำคัญ
4. นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป: สื่อสาร

ผลการจัดประชุมเพื่อจัดทำแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพิจารณาคู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์กสิกรรมไร้สารพิษตามโครงการพระราชดำริ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ขั้นการวิเคราะห์ทุนทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการประชุมได้สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นของทรัพยากรของแหล่งโครงการเกษตรไร้สารพิษในโครงการพระราชดำริ มีดังนี้

1. ทุนมนุษย์ องค์ความรู้เกี่ยวกับการเกษตร รวมถึงหลักปฏิบัติที่คนในเครือข่ายยึดถือ
2. กสิกรรมธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม การดำรงชีพ
3. สิ่งแวดล้อม
4. สังคม
5. การดำรงชีพ
6. ความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ "มาสัมผัสที่นี่แล้ว สามารถเอาสิ่งที่ได้ไปเลี้ยงชีพได้จริง"
7. วิถี "คนปลูกผัก"

ขั้นการออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่า

แนวทางการออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยว

- กิจกรรม เล่าเรื่อง ผัก....คนปลูกผัก (เช้าเรียน...บ่ายทำ....ค่ำสรุป)
- กิจกรรม ผัก แปลงผัก คนปลูก การเก็บผัก สหกรณ์จำหน่าย (ตลาด)
- กิจกรรม การ รู้ ฟัง ทำ "ผักมีน้ำใจ ผักมีหัวใจ"
- กิจกรรมรู้จัก บ้านผัก....โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
- กิจกรรมรู้จัก การปลูกผัก.....และแนวคิดการปลูกผัก
- กิจกรรมฤดูฝน กะหล่ำปี มะเขือม่วง มะเขือยาว
- กิจกรรมฤดูหนาว ผักสลัด
- กิจกรรมฤดูฝน ผักผลอดสารพิษ
- กิจกรรมรู้จัก ..ศิลปินปลูกผัก
- กิจกรรมรู้จัก ....แนวคิด การอยู่ได้ด้วยธรรมชาติ....พึ่งพิงธรรมชาติ
- กิจกรรมการทำอาหารจากผัก การกินอาหารจากผลผลิตธรรมชาติ
- กิจกรรมการอธิบายให้ความรู้เรื่อง การวิเคราะห์ธรรมชาติ รับความรู้เรื่องสารอาหารเพื่อสุขภาพ
- กิจกรรมการล้อมวงสนทนา "เรื่องเล่า ของ...ผัก" "ครอบครัวผัก" ปิ้งย่าง...จากคนปลูกผัก (เห็ด กล้วย ตามท้องถิ่นและตามฤดูกาล)-

- กิจกรรมการชมวิวบนเขา ออกกำลังกาย ตื่นในเวลาที่เห็นลายมือ
- กิจกรรมการเก็บผัก จันทร์ พุธ ศุกร์
- กิจกรรมปลูกผักใส่กระถาง แต่งกระถาง DIY
- กิจกรรมการเป็นเจ้าของแปลงผัก การแปรรูปผัก ทำผักดอง กิมจิผัก
- กิจกรรมเล่าเรื่อง ผัก....คนปลูกผัก (เช้าเรียน...บ่ายทำ....ค่ำสรุป) ระยะสั้น เช่น 2 - 3 ชั่วโมง
- ไปแปลงผัก
- เก็บผัก
- ปลูกผักใส่กระถาง กระป๋อง เอากลับบ้าน
- ทำสลัดโรล ทำน้ำสกัด
- กิจกรรมการเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง "วิถีเกษตรและกสิกรรมธรรมชาติ"
- Farm Stay พัก และมาเรียนรู้กับเจ้าของ หรือเกษตรกร
- แหล่งเรียนรู้ธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์ คลังอาหารจากธรรมชาติ ป่า 30 ไร่ ป่าเปียก สร้างสรรค์ธรรมชาติ
- กิจกรรมฝายมีชีวิต
- โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน
- กิจกรรม DIY ได้ทำ เอากลับบ้าน เช่น น้ำยาเอนกประสงค์ ซอส เมล็ดพันธุ์ผัก ผักกอง กิมจิ การผักสลัด
- กิจกรรมเดือนธันวาคม ทุกปี งาน "คนต้นเรื่อง ...ก้าวตามรอยพ่อ"

ขั้นการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการหาจุดต่าง

แนวทางการสร้างอัตลักษณ์เพื่อหาจุดต่าง โดยอาศัยเรื่องราวของ “คนกับผัก” มาเป็นแนวทาง โดยสามารถสร้างอัตลักษณ์ต่อยอดได้ดังนี้

1. การสร้างความรู้สึกของการเป็นเจ้าของ ทั้งส่วนของชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยในมุมของชุมชน จะเกี่ยวข้องกับการสืบทอด สืบต่อ การเล่าเรื่องของตนเอง การสร้างความเป็นหนึ่งเดียว
2. การสร้างความรู้สึกของการได้เป็นหนึ่งเดียว และหาที่อื่นไม่ได้
3. สร้างจิตวิญญาณของการเกษตรไร้สาร
4. การสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วม
5. การสื่อสารด้วยเรื่องเล่า ไปสู่นักท่องเที่ยวด้วยภูมิปัญญาของชุมชน

ขั้นการสร้างกระแสการท่องเที่ยว

แนวทางการสร้างกระแสการท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อความที่สื่อให้เห็นถึงวิถีเกษตร อาหารและความปลอดภัยในชีวิต “เป็น อยู่ คือ” โดยสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

- กลุ่มคนรักสุขภาพ
- กลุ่มคนรุ่นใหม่ ต้องการกลับมาดำรงชีวิตที่บ้าน
- กลุ่มศึกษาดูงาน
- กลุ่มทั่วไป
- โดยใช้สื่อหลัก คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

อ้างอิง

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). บทความการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรอบแนวคิดสู่ แนวปฏิบัติสาหรับประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปะ. ปีที่ 33 ฉบับที่ : 2. หน้า 331-366. กรุงเทพฯ.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2555). ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ : เครื่องมือสำคัญนำไปสู่ชุมชนยั่งยืน. กรุงเทพฯ.

_____.(2554). ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ.

Ankomah & Larson. (2000). Educational Tourism: A Strategy to Sustainable Tourism Development in Sub-Saharan Africa. Retire: https://www.researchgate.net/publication/242276652_Education_Tourism_A_Strategy_to_Sustainable_Tourism_Development_in_Sub-Saharan_Africa.

Richards. (2010). Creative Tourism and Local Development. In Wurzburger, R, et al. Creative Tourism: A Global Conversation : How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide, Santa Fe : Sustone Press.

Salman & Uygur. (2010). Creative Tourism and Emotional labor : an investigatory model of possible interactions. International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research. Turkey.

UNESCO. (2006). Toward Sustainable Strategies for creative tourism. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism. Santa Fe, New Mexico. U.S.A.

ผู้รับผิดชอบโครงการ

กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ที่ปรึกษาโครงการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
คณะที่ปรึกษาโครงการส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

1. ดร. ณัฏฐินี ทองดี
2. ดร. อานรรต ใจสำราญ
3. อาจารย์สุภาพร ล้ำวรรณวงศ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

1. ดร. สมยศ โอ่งเคลือบ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา

1. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก - ชุมชนท่องเที่ยวแม่กำปอง
อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
2. ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชาวบ้าน โครงการส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษ
อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ศิลปกรรม

นฤมล พัฒนลีลานนท์