

การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2*

ลาวรรณ เหมพิจิตร¹ ภิราช รัตนันต์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยว 2) พัฒนารูปแบบ เส้นทาง แนวทางการพัฒนาและหาคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) สร้างคู่มือและหาคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นการวิจัยผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล ได้แก่ ผู้วิจัย เอกสาร แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต แบบประเมิน และผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ คนในชุมชน ผู้ประกอบการในพื้นที่ นักท่องเที่ยวและนักวิชาการ จำนวน 36 คน ดำเนินการตรวจสอบรูปแบบ เส้นทางและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และคู่มือโดยนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 13 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายจำนวนมาก สามารถนำมาพัฒนาเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ คือ แหล่งประวัติศาสตร์และการทำพระของจังหวัดกำแพงเพชร ตลาดแก้วนครและทุ่งดอกกระเจียวยักษ์ของจังหวัดพิจิตร ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรและเครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่งของจังหวัดนครสวรรค์ และชุมชนชาวแพแม่น้ำสะแกกรังและศูนย์การเรียนรู้ศาสตร์พระราชาชองจังหวัดอุทัยธานี โดยปัจจัยภายใน ภายนอก พฤติกรรม ทัศนคติ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสถานการณ์เศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว 2) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 สามารถพัฒนาได้ 4 รูปแบบ คือ แหล่งประวัติศาสตร์และการทำพระเชิงสร้างสรรค์ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและทุ่งดอกกระเจียวยักษ์เชิงสร้างสรรค์ ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรและเครื่องปั้นดินเผาเชิงสร้างสรรค์ และวิถีชีวิตชุมชนชาวแพและศูนย์การเรียนรู้ศาสตร์พระราชาชองจังหวัดพิจิตร โดยพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ 1 เส้นทาง ชื่อ “มหัศจรรย์เมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาคเหนือตอนล่าง 2” ทั้งนี้แนวทางในการจะพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ให้ก้าวสู่การเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องสามารถนำจุดเด่นของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่างๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หน่วยงานสนับสนุนเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์และการสื่อสารในเชิงสร้างสรรค์ โดยรูปแบบ เส้นทาง และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคุณภาพอยู่ในระดับดี และ 3) คู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับดีสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ได้

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

* บทความวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2561

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์,

E-mail: TEACHER_LAWAN@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์,

Email: realybest@hotmail.com



The Creative Tourism Management of Lower Northern Provinces 2*

Lawan Hamphijet¹ Phirach Rattanunt²

Abstract

This research was aimed to: 1) study the condition of creative tourism management, 2) develop a model and find out the quality of creative tourism management, and 3) create the handbooks and find out the quality of creative tourism management in the Lower Northern Provinces 2. This Research is a Qualitative Research. The data collection tools include the researchers, documents, interviews, and experts. There were 36 key informants are stakeholders such as government agencies, entrepreneurs in the area, and academics. And check out models and handbooks by 13 travel experts. It was found that: 1) the development of creative tourism in the Lower Northern Provinces 2 has many characteristics such as; making the amulets of Kamphaeng Phet, singing and dancing in Wangkrod old market of Phichit, doing the agricultural activities at Agricultural Learning Center of Nakhon Sawan Province, and way of the raft community tourism of Uthai Thani. 2) The creative tourism management model of the Lower Northern Provinces 2 created or value added the utmost existing resources, whether it was the natural resources or cultural that create innovation then came out as tourism activities and new goods or tourism services by the cooperation of the entrepreneur, support agencies, and communities to which create engagement, learning, and skills for tourists. The study can be concluded that the development of the Lower Northern Provinces 2 towards a city with a form of creative tourism, it must be able to bring the strengths of the Lower Northern Provinces 2 together development with the elements of the various context to provide consistent coordination. The researcher presented the elements of the creative tourism management model of the Lower Northern Provinces 2 of 6 components: creative tourist attractions, creative support agencies, creative entrepreneur, creative communities, creative activities or goods, and creative communications. The quality level of the tourism management model is “Good”. And 3) the quality level of the creative tourism management handbooks model is “Good”. They can be used as the guidebooks for tourists and relevant agencies to benefit the tourism development of Lower Northern Provinces 2.

Keywords: Tourism, Tourism Management Model, Creative Tourism

* Research Article from Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University, 2018

¹ Assistant Professor in Tourism and Hotel Department, Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University,

E-mail: TEACHER_LAWAN@hotmail.com

² Assistant Professor in Department of Human Resources Management and Management, Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University, Email: realybest@hotmail.com

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลายหน่วยงานของไทยกำลังให้ความสำคัญอย่างมาก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อออกจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเรียนรู้ภาษาท้องถิ่น การทอผ้า การวาดภาพวาด การแกะสลักและการทำอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น (ภักยมณี แก้วสง่าและนิสาชล จานงศรี, 2555)

การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจึงส่งผลต่อนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเศรษฐกิจในท้องถิ่น ตลอดจนการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมถิ่นนั้น ๆ รวมถึงการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนำมาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมุ่งเน้นการเรียนรู้ ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนเกิดการผลิตสินค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นการกระจายรายได้ให้ชุมชนจากที่ได้กล่าวมานั้นส่งผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพราะนอกจากจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่สามารถรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตนรวมทั้งยังคงสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ไว้ได้อีกด้วย ซึ่งจากที่ได้กล่าวมานั้น หากสามารถนำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้กับพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว จะสามารถพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวขึ้นให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยเฉพาะกับพื้นที่ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ที่เจริญเติบโตจำเป็นต้องมีการวางแผนเพื่อรองรับการขยายตัวอย่างยั่งยืนและเป็นระบบ

ดังนั้นการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา พ. ศ. 2555-2559 ประกอบกับยุทธศาสตร์ของจังหวัดที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นให้เป็นรูปธรรม โดยที่จะมีแนวทางหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ผลักดันให้เกิดการสร้างรูปแบบการสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นการผสมผสาน การนำวัฒนธรรมประเพณีสิ่งที่ดึงดูดใจของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมมาสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ให้มีความน่าสนใจภายใต้ความเข้มแข็งของชุมชนที่จะยังคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นที่ดึงดูดของนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างคุ้มค่าสร้างความอุดมสมบูรณ์แก่สิ่งแวดล้อมมากขึ้นไป นำไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับ

บริบทของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ได้ในที่สุด อันจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 นักท่องเที่ยวและในระดับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2
2. เพื่อพัฒนารูปแบบ เส้นทาง แนวทางการพัฒนาและหาคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2
3. เพื่อสร้างคู่มือและหาคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอและนิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ซึ่งจากคำนิยามนั้น ผู้ท่องเที่ยวจะต้องมีความผูกพันกับรูปแบบของวัฒนธรรมในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การร่วมในการทำงานฝีมือ ทำอาหาร งานศิลปะของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น (Richards & Raymond, 2000) ด้วยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะมาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า (Creative Tourism ก็คือรูปแบบของ Experience Tourism) นั่นเอง (Smith, 2006) จากที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการที่มีคุณค่าในท้องถิ่น เช่น การเดินรำ การร้องเพลง งานฝีมือ การทำอาหาร ศิลปะ งานเทศกาล เป็นต้น ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะเชิงกระบวนการจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้แหล่งท่องเที่ยวปลายทางนั้นๆ สร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นใหม่ ๆ ได้ (Romana, 2013) โดยจะไม่ขาดแคลนหรือหมดไปดังการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น

2. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มี 4 จังหวัดประกอบด้วย จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดกำแพงเพชรจังหวัดพิจิตรและจังหวัดอุทัยธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประกอบด้วย อุทยานประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วัด ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำ ต้นไม้และสัตว์ป่า พร้อมด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ในปัจจุบันกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ถือได้ว่าเป็นการเจริญเติบโตทางด้านกรท่องเที่ยวที่รวดเร็ว โดยได้มีการนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่น ต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ได้แก่ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวิธีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนและปัจจัยในการท่องเที่ยว

สามารถกระจายรายได้ไปในหลายภาคส่วน เช่น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก การขายของที่ระลึก สินค้าชุมชน ร้านอาหาร ร้านค้าต่างๆ ที่มีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและทางอ้อม ธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ขยายตัวมากขึ้นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้ซื้อของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นที่รู้จักของทั้งประเทศและต่างประเทศ

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัยโดยประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยผสมผสาน มีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการลงพื้นที่เพื่อสำรวจสภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 โดยผู้วิจัยดำเนินการสังเกต สัมภาษณ์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจำนวน 36 คน แล้วมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1

2. นำผลการวิจัยตามข้อ 1 มาดำเนินการพัฒนารูปแบบ เส้นทาง แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 จากนั้น จัดประชุมผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง เพื่อตรวจสอบคุณภาพรูปแบบ เส้นทางและแนวทางในการพัฒนา เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อ 2

3. นำผลการวิจัยตามข้อ 2 มาดำเนินการสร้างคู่มือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 และตรวจสอบคุณภาพของคู่มือ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และสุ่มแบบสัดส่วนที่เท่ากันจังหวัดละ 100 คน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อ 3

4. ดำเนินการจัดประชุมผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเพื่อพิจารณาผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อสรุปรูปแบบ เส้นทาง แนวทางการพัฒนา คู่มือและหาคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ใช้พื้นที่ในการศึกษา คือ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตรและจังหวัดอุทัยธานี

2. ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักคือ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และนักวิชาการ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 13 คน ทั้ง 2 ครั้ง และนักท่องเที่ยว ในการตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบเส้นทางแนวทางและคู่มือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2559 - มกราคม 2561

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการตรวจสอบ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด จึงได้มีการตรวจสอบสามเส้าดังนี้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2539)

1.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล ซึ่งการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจะดำเนินการสร้างกรอบตารางกำหนดการในการเก็บข้อมูลในห้วงเวลา สถานที่และบุคคล ที่ต่างกัน

1.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยการตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม รวมถึงการตีความข้อมูลแตกต่างจากทฤษฎีที่ได้รับทำการรวบรวมมาก่อนหน้านั้นได้มากน้อยเพียงใด (พิทักษ์ ศิริวงศ์ และปัทมอร เสี่ยงแดง, 2554)

1.3 การตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูล (Methodology Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลด้วยการรวบรวมข้อมูลหลายวิธีด้านเอกสาร สัมภาษณ์ลักษณะเชิงลึก รวมทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม

2. การวิจัยเชิงปริมาณดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้ค่าความเชื่อมั่นโดยได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.83

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายจำนวนมาก สามารถนำมาพัฒนาเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ คือ แหล่งประวัติศาสตร์และการทำพระของจังหวัดกำแพงเพชร ตลาดเก่าวังกรดและทุ่งดอกกระเจียวยักษ์ของจังหวัดพิจิตร ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรและเครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่งของจังหวัดนครสวรรค์ และชุมชนชาวแพแม่น้ำสะแกกรังและศูนย์การเรียนรู้ศาสตร์พระราชากองจังหวัดอุทัยธานี โดยปัจจัยภายในภายนอก พฤติกรรม ทักษะคติ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสถานการณ์เศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว

2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 สามารถพัฒนาได้ 4 รูปแบบ คือ แหล่งประวัติศาสตร์และการทำพระเชิงสร้างสรรค์ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและทุ่งดอกกระเจียวยักษ์เชิงสร้างสรรค์ ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรและเครื่องปั้นดินเผาเชิงสร้างสรรค์ และวิถีชีวิตชุมชนชาวแพและศูนย์การเรียนรู้ศาสตร์พระราชากองจังหวัดกำแพงเพชร โดยพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ 1 เส้นทาง ชื่อ “มหัศจรรย์เมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาคเหนือตอนล่าง 2” ทั้งนี้แนวทางในการจะพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ให้ก้าวสู่การเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้นต้องสามารถนำจุดเด่นของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่างๆ

ให้ประสานสอดคล้องกัน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หน่วยงานสนับสนุนเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์และการสื่อสารในเชิงสร้างสรรค์ โดยรูปแบบ เส้นทาง และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

3. คู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างขึ้น ประเมินคุณภาพโดยนักท่องเที่ยว ด้วยแบบประเมินจากเกณฑ์การประเมิน จำนวน 6 รายการ ประกอบด้วย การจัดรูปเล่ม ข้อมูลเนื้อหา การใช้ภาษา ภาพประกอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา ข้อมูล และความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 พบว่า คู่มือที่สร้างขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายจำนวนมาก สามารถนำมาพัฒนาเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ คือ แหล่งประวัติศาสตร์และการทำพระของจังหวัดกำแพงเพชร ตลาดเก่าวังกรดและทุ่งดอกกระเจียวยักษ์ของจังหวัดพิจิตร ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรและเครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่งของจังหวัดนครสวรรค์ และชุมชนชาวแพแม่น้ำสะแกกรังและศูนย์การเรียนรู้ศาสตร์พระราชชาของจังหวัดอุทัยธานี โดยปัจจัยภายในภายนอก พฤติกรรมทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสถานการณ์เศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานการณ์เศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นผลให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ลดลง ถึงแม้กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เข้ามาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 นั้น จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่อย่างไรก็ตามก็ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชะลอตัวในการท่องเที่ยว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง และปริมาณการใช้จ่ายเพื่อท่องเที่ยวก็ลดลงด้วย กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมีความประสงค์ที่จะมาและผ่านต่อไปยังจังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากเป็นเมืองผ่านแต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ยังคงเป็นเมืองจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว เนื่องจากตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 300 กิโลเมตร และยังมีธรรมชาติที่สมบูรณ์ อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลากหลาย ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเช่น น้ำตก น้ำพุร้อน จุดบนยอดเขาสะแกกรัง และแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทุ่งทานตะวัน ทุ่งปอเทือง ทุ่งดอกคอสมอส และอื่น ๆ ทำให้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีชื่อเสียงโด่งดัง จนเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันทั่วประเทศ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในส่วนใหญ่ นั้นจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตามกระแสนิยม ตามแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ใช่นักท่องเที่ยว

คุณภาพที่จะตีมูลค่าธรรมชาติ ที่เป็นจุดเด่นสำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 โดยสิ่งทีผู้ประกอบการในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ต้องการคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ท่องเที่ยวด้วยจิตอนุรักษ์ ตีมูลค่าวัด และสำนักสงฆ์ และศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติ ป่า เขา สายน้ำ ชื่นชมและรักษา หลีกเลี้ยงการทำลาย ทั้งนี้กำลังซื้อที่สูง พร้อมทั้งจะจ่ายกับสินค้าที่มีคุณภาพ คุ่มค่าแก่ราคาซึ่งผู้ประกอบการและชุมชน ต้องพร้อมใจกันในการสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญา พรหมบุญมย์และนฤมล กิมภากรณ์ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน พบว่าปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยว คือ ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นอันดับต้นๆ ซึ่งในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีสภาพแวดล้อมบรรยากาศที่ดีแล้ว แต่ยังคงต้องสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ ให้มีความโดดเด่นและคุ้มค่ากับราคาที่น่าเสนอต่อนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

การสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม เป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 อย่างสม่ำเสมอ ผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีความเข้มแข็งสามารถรวมตัวกัน และร่วมมือกับพันธมิตรทางภาครัฐ และเอกชน ในการสื่อสารการตลาดหลากหลายช่องทาง รวมถึงการนำเสนอการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ ๆ แต่สอดคล้องกับทรัพยากรหลักทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 คือ ธรรมชาติได้อย่างดี จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจักรยาน การจัดการแข่งขันจักรยาน หรือการนำเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยวแนว Adventure ซึ่งล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญแก่ธรรมชาติ กิจกรรมไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของประเทศไทยก็ยังสามารถได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นยังใช้ช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่จะนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการออกงาน consumer Fair การออกงาน Table Top Sale กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือการใช้สื่อ Social Media เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสอดคล้องกับ มนสิณี บุญมีศรีสง่า (2558) ในการสื่อสารต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ในการเลือกสื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับช่วงเวลาในการสื่อสาร จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

การสร้างจิตสำนึกการรับผิดชอบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเวลาเดียวกันนั้นจำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้นกับทุกภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการ และชุมชน ทุกภาคส่วนนั้นต้องตระหนักถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีมีไมตรีจิต ต่อนักท่องเที่ยว ชุมชนต้องมีความภูมิใจในวัฒนธรรม ประเพณีตนและรักษาไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ และปรับเปลี่ยนให้เกิดเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวได้ ผู้ประกอบการต้องรักษาสีสิ่งแวดล้อม บำรุงดูแล และป้องกันผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้ต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ มีมาตรฐานมีคุณภาพที่คุ้มค่าในการนำเสนอสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว

สร้างความแตกต่างเอกลักษณ์ในธุรกิจของตน และทั้งผู้ประกอบการรวมถึงชุมชน ต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ร่วมมือกันนำเสนอวัฒนธรรมรูปแบบทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อนำเสนอให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างการมีส่วนร่วม ทักษะ และประสบการณ์ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยวเอง สอดคล้องกับ พงศกฤษ อุดมกิตติ (2557) ศึกษาเรื่องการจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่ เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ที่ได้กล่าวว่าการจะสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้นั้น จะต้องเกิดจากความร่วมมือ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ช่วยกันพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ นำมาซึ่งความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

2. จากศักยภาพ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 สามารถนำมาสรุปเป็นรูปแบบ เส้นทาง แนวทางการและมีอยู่คุณภาพอยู่ในระดับดี ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประกอบด้วย อุทยานประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วัด ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำ ต้นไม้และสัตว์ป่า พร้อมด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ในปัจจุบันกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ถือได้ว่าเป็นการเจริญเติบโตทางด้านการท่องเที่ยวที่รวดเร็ว โดยได้มีการนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่น ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ได้แก่ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวิธีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนและปัจจัยในการท่องเที่ยวสามารถกระจายรายได้ไปในหลายภาคส่วน เช่น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก การขายของที่ระลึก สินค้าชุมชน ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ ที่มีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและทางอ้อม ธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ขยายตัวมากขึ้นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้ชื่อของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นที่รู้จักของทั้งประเทศและต่างประเทศ (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2) และการจะพัฒนาให้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น มี 6 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destination) พื้นที่ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งต้องพัฒนาความโดดเด่น และดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งยังต้องสามารถจัดการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนในเวลาเดียวกัน พื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 นั้นมีความโดดเด่นในเรื่องของธรรมชาติและวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องนำความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้การปรับปรุง เพิ่มคุณค่าให้แก่พื้นที่ สร้างบรรยากาศของสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ จากทรัพยากรที่พื้นที่มีอยู่ สร้างพื้นที่และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ผ่านการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ (Richards, 2011) ดังเช่น การพิมพ์พระของจังหวัดกำแพงเพชร การร้องเพลงและรำวงของ

จังหวัดพิจิตรในตลาดเก่าวังกรด ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของจังหวัดนครสวรรค์ และการท่องเที่ยววิถีชุมชนแพของจังหวัดอุทัยธานีและแหล่งอื่น ๆ ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 และแหล่งอื่น ๆ

2. ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะผู้ประกอบการถือว่าเป็นผู้นำในความคิดเชิงสร้างสรรค์ (ภุริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) โดยสามารถส่งเสริมการพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 นั้นมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน และมีชื่อเสียงจากการที่ผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยว หรือรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการสามารถเห็นได้ว่าเป็นรูปธรรมในนาม ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ซึ่งได้พยายามผลักดันส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการต้องใช้ประโยชน์จากการรวมตัวกันในการแบ่งปันแนวคิดในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่าย ประสานงาน ร่วมกันสร้างแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์กับทุกภาคส่วน ให้สามารถพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ได้ ดังเช่น การทำพระของจังหวัดกำแพงเพชร การร้องเพลงและรำวงของจังหวัดพิจิตรในตลาดเก่าวังกรด ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของจังหวัดนครสวรรค์ และการท่องเที่ยววิถีชุมชนแพของจังหวัดอุทัยธานีและแหล่งอื่น ๆ

3. ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Locals) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น คนในชุมชนท้องถิ่นถือเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นได้ชุมชนต้องสามารถใช้อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ ได้อย่างกลมกลืน คนในชุมชนต้องสามารถจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาได้อย่างเป็นระบบ สามารถถ่ายทอด ทักษะ ความสามารถ ปรับปรุงดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทในปัจจุบันได้ (ภุริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) สำหรับชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ซึ่งมีหลากหลายชาติพันธุ์ หลากหลายวัฒนธรรมพื้นฐานคนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรี ต่อกัน ซึ่งเป็นจุดสำคัญหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามต้องเกิดการส่งเสริมการสร้างความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวต่อชุมชน อีกทั้งสร้างความภูมิใจในวัฒนธรรมของตนและนำมาเผยแพร่ เพื่อสร้างโอกาสในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดังเช่น การทำพระของจังหวัดกำแพงเพชร การร้องเพลงและรำวงของจังหวัดพิจิตรในตลาดเก่าวังกรด ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของจังหวัดนครสวรรค์ และการท่องเที่ยววิถีชุมชนแพของจังหวัดอุทัยธานี และแหล่งอื่น ๆ

4. กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative Activities & Products) กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์นั้นในมุมมองของ (Richards, 2010) จะเป็นรูปแบบกิจกรรมหรือสินค้าที่สร้างประสบการณ์หรือทักษะ เป็นการขายสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความประทับใจประสบการณ์ที่ดี เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีทรัพยากรที่สำคัญ ทั้งด้านธรรมชาติ และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์ ที่จะสามารถนำทรัพยากรต่างๆที่มีพัฒนาเป็นกิจกรรม หรือสินค้าเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว มอบประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมและเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยว เช่นดังในปัจจุบัน ในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง ได้พยายามเสริมจุดเด่นในเรื่องธรรมชาติของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มาประยุกต์กับธุรกิจโดยสนับสนุนมุมมองการอนุรักษ์ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว ดังตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ล่าสุดของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปจับจ่ายใช้สอยซื้อผลิตภัณฑ์พืชผลทางการเกษตรแบบไร้สาร อีกทั้งมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศึกษา หรือลงมือปลูกเองและนักท่องเที่ยวจะต้องกลับมาอีกครั้งเพื่อดูความเจริญงอกงามของผลิตผล ที่ตนได้ลงมือผู้กับไว้ จากที่ได้กล่าวมานั้นอย่างไรก็ตาม กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ยังมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ที่ยังไม่ได้นำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอีกมากมายหากสามารถสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการและภาครัฐ เพื่อสร้างกิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ยิงจะทำให้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ก้าวสู่เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง ดังเช่น การทำพระของจังหวัดกำแพงเพชร การร้องเพลงและร่ายของจังหวัดพิจิตรในตลาดเก่าวังกรด ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของจังหวัดนครสวรรค์ และการท่องเที่ยววิถีชุมชนแพของจังหวัดอุทัยธานีและแหล่งอื่น ๆ

5. การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญเพราะการจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ขึ้นได้นั้น จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกๆฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยว การสื่อสารในปัจจุบันมีช่องทางที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถเข้าถึงได้เกือบทุกกลุ่มเป้าหมาย และเกือบทุกพื้นที่ในโลก เทคโนโลยีการสื่อสารสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง สื่อที่หลากหลายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อในลักษณะดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบบลิว และสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น Social Media ต่างๆ ล้วนเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารการท่องเที่ยวได้อย่างดี และนักท่องเที่ยวเองก็สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น สะดวกและรวดเร็วขึ้น ดังเช่น การทำพระของจังหวัดกำแพงเพชร การร้องเพลงและร่ายของจังหวัดพิจิตรในตลาดเก่าวังกรด ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของจังหวัดนครสวรรค์ และการท่องเที่ยววิถีชุมชนแพของจังหวัดอุทัยธานีและแหล่งอื่น ๆ

6. หน่วยงานสนับสนุนสร้างสรรค์ ซึ่งหน่วยงานสนับสนุนสร้างสรรค์นั้นก็คือการที่หน่วยงานทั้งภาครัฐ เช่น หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และภาคเอกชน เช่น ชมรมสมาคมต่าง ๆ ให้ความร่วมมือในการจัด โครงการหรือจัดกิจกรรมในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตั้งแต่สนับสนุนให้เกิด แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์และการสื่อสาร ในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ดังเช่น การทำพระของจังหวัดกำแพงเพชร การร้องเพลงและรำวงของจังหวัดพิจิตรในตลาดเก่าวังกรด ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของจังหวัดนครสวรรค์ และการท่องเที่ยววิถีชุมชนแพของจังหวัดอุทัยธานี และแหล่งอื่น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 สามารถเป็นกระบวนการทัศน์ และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 โดยเน้นย้ำถึงการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรม สินค้าหรือบริการอย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สามารถนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวเป็นผลให้เกิดความประทับใจ การได้จัดจำการได้ค้นพบอย่างลุ่มลึกในพื้นที่การท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็เป็นเครื่องมือที่จะช่วยเน้นย้ำ ยืนยันในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรม และธรรมชาติของชุมชน จนเกิดการเสริมสร้างข้อมูลเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนผู้ลงทุนผู้ประกอบการ โดยมีความสมดุลของสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม นำมาสู่ความยั่งยืนในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ต่อไป

3. คู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างขึ้น ประเมินคุณภาพโดยนักท่องเที่ยว ด้วยแบบประเมินจากเกณฑ์การประเมิน จำนวน 6 รายการ ประกอบด้วย การจัดรูปเล่ม ข้อมูลเนื้อหา การใช้ภาษา ภาพประกอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา ข้อมูล และความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 พบว่า คู่มือที่สร้างขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25 ทั้งนี้เนื่องจากคู่มือการท่องเที่ยวดังกล่าวมีองค์ประกอบที่ครบสมบูรณ์เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว จากข้อมูลการลงพื้นที่สำรวจ สัมภาษณ์ และสังเกต ทำให้คู่มือมีคุณภาพอยู่ในระดับดีสอดคล้องกับบุญเกื้อ ควรหาเวช (2530) ที่กล่าวว่า การพัฒนาคู่มือควรคำนึงถึง การจัดรูปแบบรูปเล่ม ข้อมูลเนื้อหา การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ภาพประกอบและความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ประกอบในการพัฒนาคู่มือ

เอกสารอ้างอิง

- ชญญา พรหมบุรุษย์, นฤมล กิมภากรณ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปางแม่ฮ่องสอน. *วารสารการบริการและท่องเที่ยวไทย*. 10 (1), 71 – 87.
- ณัฐฐ์รัชชัช สาระหงษ์. (2561). ศักยภาพทางวัฒนธรรมของชาวปกากะญอ: พลวัตการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ*. 8(14), 87-102.
- พิทักษ์ ศิริวงศ์, ปัทมอร เล็งแดง. (2011). การท่องเที่ยวของผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในสังคมไทย. *Veridian E-Journal*, SU. 4 (2), 221 – 228.
- พนกฤษ อุดมกิตติ. (2557). ศึกษาเรื่องการจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 7 (2).
- ภัสย์ณี แก้วสง่า, นิสาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. *Suranaree J. Soc. Sci.* 6 (1), 93-111.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*. 33(2), 331 – 366.
- มนสิณี บุญมีศรีสง่า. (2558). การให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวแบบคาร์กัทว์ริซึม พื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี. *E-Journal, Silpakorn University*. 8 (2), 571- 592.
- ศุภางค์ จันทวานิช. (2539). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Richards, G. and Raymond, C (2000), *Creative Tourism*. ATLAS News 23, 16-20.
- Richards, G. (2010). *Creative Tourism and Local Development*. In Wurzburger, R. (Ed.). *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe*. (pp. 78-90). New Mexico. USA.
- Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: the state of the art*. *Annals of Tourism Research* 38 1225-1253.



Romana KOREZ-VIDE.(2013), *Creative tourism as a source of innovativeness and sustainability in tourism*. 1307-1320.

Smith, L.W. (2006). *Experiential Tourism aroundthe World and at Home: Definitions and Standards*. International Journal of Services and Standards. 20 (1), 1-14.
