



กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน

ดร.สุพัฒน์ แก้วจันทร์

มหาวิทยาลัยมจร ประเทศอินเดีย

Received January 11, 2022, Revised February 13, 2022, Accepted March 20, 2022

บทคัดย่อ

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ให้ตรงตามความสนใจ และความถนัดของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมากที่สุด รวมไปถึงการตั้งราคาที่เหมาะสม ก่อให้เกิดการกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการออกแบบบรรยากาศให้เหมาะกับสถานที่ที่มีผลโดยตรงต่ออารมณ์ ความคิด จินตนาการ และการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ บรรยากาศเกิดจากองค์ประกอบร่วมกันของ อุณหภูมิ สี กลิ่น เสียง หรือเสียงเพลงการใช้งานในสถานที่แต่ละแห่ง ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการออกแบบเพื่อรองรับประโยชน์ใช้สอย และเอกลักษณ์วัฒนธรรมประเพณีถิ่นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อความยั่งยืนของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การจัดการท่องเที่ยว, เชิงสร้างสรรค์, ความยั่งยืน

Tourism management strategy Creativity based on sustainability

Dr.SUPAT KAEWCHAN

Magadh University, Bodh Gaya, Bihar, India

Abstract

Creative tourism management strategies based on sustainability Creation of tourism activities for each location to meet the interests and the aptitude of each group of tourists the most including setting the right price Causing to stimulate spending for effective tourism Creative tourism is an activity that requires high participation from tourists. And the local people involved in the design of the atmosphere to suit the place directly affect the mood, thoughts, imagination and creative expression. Atmosphere is formed by the common composition of temperature, color, smell, sound or music, its use in each place. It depends on the design objectives to support the functionality. And conservative local culture and traditions creatively for community sustainability and tourist attractions

Keywords: Tourism management, Creative, Sustainability



บทนำ

แนวคิดเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จัดว่าเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ เริ่มปรากฏขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2543 โดยริชาร์ดส และเรย์มอนด์ (Greg Richards และ Crispin Raymond) ต่อมาในปี พ.ศ.2549 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) จึงได้กำหนดนิยามว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปมรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น และนำมาซึ่งความเชื่อมโยงกับผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ และเป็นผู้รังสรรค์วัฒนธรรมที่มีชีวิตนั้น” พันเอก ดร.นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท อดีตผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. (เกร็ก ริชาร์ดส และคณะ, 2561, 10-11) ได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Tourism” ซึ่งได้กำหนดขอบเขตไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” หมายถึง “การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เพื่อสร้างประสบการณ์ตรง ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นสำคัญ” นิยามของ อพท. กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เน้นคุณค่าของชุมชน” คุณอาจจะคิดว่าถ้าไม่เน้นรายได้ เราจะได้อะไรจากการท่องเที่ยว ถ้าไม่เน้นมูลค่าเป็นตัวเงิน เราจะมาเสียเวลาทำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปเพื่ออะไร เหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้แปรเปลี่ยนคุณค่าของศิลปะหัตถกรรม วัฒนธรรม มรดกทางภูมิปัญญาให้กลายเป็นสินค้าที่มีไว้เพื่อการจับจ่ายซื้อขาย สิ่งล่อใจทางวัตถุทำให้ผู้ประกอบการหลายภาคส่วนทำการท่องเที่ยวโดยมิได้คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชน และทรัพยากร ตลอดจนการบริโภคที่มองทุกอย่างเป็นเพียงวัตถุสำเร็จรูปที่ผลิตได้จากโรงงานครั้งละมาก ๆ ทำให้ความคิดสร้างสรรค์เดิมแท้ ที่มีอยู่ในทุกชุมชนค่อย ๆ ลดทอนคุณค่าลงไป เมื่อไม่มีใครสนใจสานต่อภูมิปัญญาของคนรุ่นเก่า แล้วเราจะเหลืออะไรไว้ให้คนรุ่นต่อไปได้ภาคภูมิใจ ถ้ายังปล่อยให้กระแสการท่องเที่ยวเช่นนี้ดำเนินต่อไปเรื่อย ๆ อาจจะนำมาซึ่งการสูญเสียตัวตน และอัตลักษณ์ของคนในชาติอย่างที่ไม่อาจจะประเมินค่าได้

จากรายงาน World Tourism Barometer ประจำเดือนมกราคม 2563 ขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไตรมาส 4/2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาแต่เป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำกว่าการเติบโตใน 3 ไตรมาสแรกของปีที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 ร้อยละ 5.4 และร้อยละ 3.5 ตามลำดับซึ่งเป็นผลมาจากอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาค



สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย

ไวรัสโควิด-19 ทำให้โลกต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจถดถอยด้วยการเติบโตของ GDP ที่เป็นศูนย์ซึ่งถือว่าต่ำสุดในรอบ 50 ปี อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังคงปิดท้ายปี 2562 ด้วยการเติบโตที่ต่อเนื่องในไตรมาสที่ 4 ของปีถึงแม้จะต่ำกว่าของไตรมาสอื่น ๆ ของปี และต่ำกว่าการเติบโตในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา แต่ก็ทำให้ทั้งปีเติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของโลก และของแต่ละประเทศ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งภายในของแต่ละประเทศรวมถึงปัจจัยที่เกิดจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ในโลกบางอย่างสามารถควบคุมได้ และแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่บางเหตุการณ์ต้องใช้ระยะเวลานานซึ่งย่อมส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะฟื้นตัวได้มากน้อยเพียงใด สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวไตรมาสที่ 4 ยังคงเป็นปัจจัยเดิม ๆ ที่ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยพบเจอมาตั้งแต่ช่วงต้นปีไม่ว่าจะเป็นเรื่องของภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง ความตึงเครียดที่เกิดจากปัญหาสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกา ปัญหาความไม่สงบทางการเมืองระหว่างประเทศความไม่แน่นอนของ Brexit การล่มสลายของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวยักษ์ใหญ่อย่าง Thomas Cook และสายการบินขนาดเล็กบางรายของสหภาพยุโรปที่ปิดตัวลง รวมทั้งการเคลื่อนไหวของค่าเงินสกุลต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความต้องการและความสามารถในการเดินทางของผู้คนทั่วโลกซึ่งรวมถึงประเทศไทยที่ถือว่ามียานชนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเยี่ยมชมเป็นอันดับ 9 ของโลกด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว 38.2 ล้านคนในปี 2561 และเพิ่มเป็น 39.8 ล้านคน ในปี 2562

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโลก และของประเทศไทยในช่วงนี้ที่ไม่กล่าวถึงไม่ได้คือการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มระบาดมาตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2562 และระบาดรุนแรงมากขึ้นครอบคลุมกว่า 200 ประเทศทั่วโลก ส่งผลให้การคาดการณ์การท่องเที่ยวโลก และของประเทศไทยในปี 2563 ที่เคยมองว่ายังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องต้องหยุดชะงักลงโดยยังไม่สามารถหาจุดสิ้นสุดของการแพร่ระบาด และผลกระทบสุดท้ายที่จะเกิดขึ้นกับภาคการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงไรถึงแม้มีหลายสำนักต่างออกมาประเมินในเบื้องต้นเป็นระยะ ๆ ก็ตาม สิ่งสำคัญที่หลายประเทศกังวลคือธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากต้องได้รับผลกระทบ และที่น่าเป็นห่วงคือแรงงานในภาคการท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องว่างงานเป็นระยะเวลานาน ดังนั้น มาตรการในการเยียวยาและฟื้นฟูของภาครัฐในการเยียวยาและฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สามารถกลับมาสู่สภาพปกติจึงเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งรัฐบาลได้ออกมาตรการช่วยเหลือทั้งที่เป็นมาตรการการเงิน และการคลังตามความเหมาะสมของสถานการณ์เป็นระยะ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ขยายวงกว้างออกไปครอบคลุมกว่า 200 ประเทศทั่วโลกโดยข้อมูล ณ วันที่ 8 เมษายน 2563 มีผู้ติดเชื้อทั่วโลก 1,431,691 คน และมีผู้เสียชีวิตจำนวน 82,078 คน โดยมีจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มากที่สุดอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 400,412 คน รองลงมาที่อยู่ใน 10 อันดับแรกส่วนใหญ่เป็นประเทศในแถบยุโรป ได้แก่ สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน จีน (ต้นกำเนิดของการแพร่ระบาด) อิหร่าน สหราชอาณาจักร ตุรกีและสวิตเซอร์แลนด์ตามลำดับ สำหรับประเทศในแถบ



เอเชียที่มีผู้ติดเชื้อมากที่สุดอันดับแรก คือ จีน 81,802 คน เกาหลีใต้ 10,384 คน อินเดีย 5,351 คน ญี่ปุ่น 4,257 คน และมาเลเซีย 3,963 คน ตามลำดับ (<https://www.worldometers.info/coronavirus>)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กลยุทธ์สู่การยั่งยืน

ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นายโชติ ตราชู ได้กล่าว “การท่องเที่ยวช่วยสร้างเศรษฐกิจที่จะกระจายลงสู่ฐานรากได้ มีการท่องเที่ยวที่ ไหนจะทำให้เศรษฐกิจในชุมชนนั้นเกิดการหมุนเวียน” (Tourism Economic Review ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 เมษายน - มิถุนายน 2563) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถ้าออกแบบให้ดีจะเป็นกลไกสำคัญที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชน ที่ได้นำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ที่สืบสาน มาแบ่งปันให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เมื่อเราปลูกความคิดสร้างสรรค์ลงไปในการท่องเที่ยว ย่อมผลิตดอกออกผลไปสู่การเจริญงอกงามของชุมชน ความคิดสร้างสรรค์ไม่เพียงปลูกเร้าแรงบันดาลใจในการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ อีกทั้งยังช่วยเจียรไนคุณค่าของสินทรัพย์ทางภูมิปัญญาที่มีอยู่แต่ดั้งเดิมให้ส่องประกายแวววาวขึ้น โดยรวมศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ ที่เหล่าช่างฝีมือ ศิลปิน และนักเล่าเรื่องประจำท้องถิ่น จะเป็นหัวหน้าทัวร์คนสำคัญที่จะนำนักท่องเที่ยวเข้าสู่มิติของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างอิมเมอร์สมันต์

หลักเกณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นางสุจิตรา จงชาญสิทธิ รองผู้อำนวยการด้านสินค้า และตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เปิดเผยถึงโครงการพัฒนาโครงการย่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ “Creative tourism district: พัฒนาเขตชุมชนใน 6 จังหวัดว่า” จากการที่รัฐบาลกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว มีความเป็นอยู่ที่กินดีมีสุข สังคม มีความมั่นคง เสมอภาค และเป็นธรรม เพื่อมุ่งสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน รวมทั้งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมี ดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างสมดุล และยั่งยืน” โดยได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถ ให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน

หลักเกณฑ์ 10 ประการ ในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. กิจกรรมถูกออกแบบมาจากพื้นฐานท้องถิ่นวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น
2. มีปราชญ์/ศิลปิน หรือคนเล่าเรื่องที่สามารออกแบเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจและเกิดความดึงดูด ความน่าสนใจในการเรียนรู้และสร้างสรรค์ผลงาน



3. การออกแบบกิจกรรมเป็นการเรียนรู้จากผู้รู้ที่มีประสบการณ์จริง ได้ร่วมทำจริง ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และได้ความสนุก

4. มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรม ได้ลงมือปฏิบัติร่วมกันระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้านหรือศิลปิน

5. กิจกรรมออกแบบโดยใช้ประสาทสัมผัสได้อย่างเด่นชัด (มีสุนทรียภาพขณะการทำกิจกรรม) เช่น รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และ (ใจ) จิตวิญญาณ

6. สถานที่จัดกิจกรรมมีการออกแบบไว้อย่างเหมาะสมกับการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์ผลงาน

7. กิจกรรมถูกออกแบบไว้ให้มีความไหลลื่นสามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และสุนทรียภาพ

8. การออกแบบกิจกรรมเปิดโอกาสให้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจถึงขั้นสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทั้งผู้มาเยือน และเจ้าบ้านหรือศิลปิน

9. นักออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีศักยภาพในการสร้างแบรนด์ให้แตกต่างทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์

10. นักออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความพร้อมในการสื่อสารกิจกรรมได้อย่างสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง (ความคิดสร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่ง)

เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีรูปแบบที่ชัดเจน จำเป็นต้องมีเรื่องของการสร้างสรรค์ (Creativity) และกระบวนการออกแบบการท่องเที่ยว ซึ่งเรียกว่า **The 3S Principles** ประกอบด้วย ดังนี้

Stories Telling: Senses: Sophistication

1. เรื่องราว (Stories) มีเรื่องราวจากทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ผ่านการ สืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบและนำเสนอได้อย่างน่าสนใจ

2. อรรถรส (Senses) สามารถจับต้องได้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 (Sensory Analysis) ได้แก่ การมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting)

3. ลีลา (Sophistication) กิจกรรมมีความลื่นไหล โดดเด่นและแตกต่าง สามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ รังสรรค์ผลงานใหม่ ๆ พร้อมทั้งมีการปรับปรุงพัฒนากิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีลีลาและชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะรู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ

โดยกระบวนการออกแบบใน 3 หมวดใหญ่นี้ สามารถแยกย่อย ออกเป็น 10 ข้อ ดังนี้

การสืบค้นให้ได้ “เรื่องราว” (Stories)

1. กิจกรรมถูกออกแบบมาจากพื้นฐานของทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

2. มีปราชญ์/ศิลปิน หรือ คนเล่าเรื่อง ที่สามารถออกแบบเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจและเกิดความดึงดูดความน่าสนใจในการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ผลงาน

การร้อยเรียงให้ได้อรรถรส (Senses)



3. การออกแบบกิจกรรมเป็นการได้ฟังเพื่อเรียนรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์จริงได้ร่วมทำสัมผัสจริงทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และได้ความสนุก

4. มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ได้มีส่วนร่วมพูดคุยโต้ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรมได้ลงมือปฏิบัติร่วมกันระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้านหรือศิลปิน

5. กิจกรรมออกแบบโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (สุนทรียภาพ) คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส อย่างครบถ้วน

6. สถานที่จัดกิจกรรมมีการออกแบบไว้อย่างเหมาะสมกับการเรียนรู้แลกเปลี่ยนและทำกิจกรรม

การออกแบบอย่างมีลีลาเหนือชั้นน่าประทับใจ (Sophistication)

7. กิจกรรมถูกออกแบบไว้ให้มีความไหลลื่น สามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และได้สุนทรียภาพ

8. การออกแบบกิจกรรมเปิดโอกาสให้พัฒนาศักยภาพ ในการสร้างสรรค์ผลงานของตัวเอง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจจะถึงขั้นสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทั้งผู้มาเยือนและเจ้าของบ้านหรือศิลปิน

9. นักออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างของกิจกรรม สร้างเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครเพื่อประโยชน์ทางการตลาด

10. นักออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความพร้อมในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และพัฒนากิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง (ความคิดสร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่ง)

Creative Tourism หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ และเรียนรู้วิถีชีวิตร่วมกันกับคนในท้องถิ่นผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวแบบลงมือทำ สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบัน คือ การเน้นเรื่องคุณค่า การได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้ลงลึกเพื่อสัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างจากวิถีชีวิตในปัจจุบัน โดยกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบสินค้า และกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใต้โครงการนั้นได้รับการสร้างสรรค์เพื่อตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ 1. Silver Age หรือกลุ่มผู้สูงอายุ และวัยเกษียณ 2. กลุ่ม GenY หรือคนรุ่นใหม่ 3. Power Woman หรือกลุ่มผู้หญิงเที่ยวเดี่ยวและกลุ่มเพื่อนสาว และ 4. คือ Family & Kids หรือกลุ่มครอบครัว และเด็กเล็ก (www.creativedistrictthailand.com) โดยได้มีการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ตรงตามความสนใจ และความถนัดของแต่ละกลุ่มมากที่สุด รวมไปถึงการตั้งราคาที่เหมาะสม ก่อให้เกิดการกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่น เช่น การเรียนเป่าแก้วที่ริเวียร่าการเรียนรู้เดินร่ำพันเมืองในบาร์เซโลนา การเรียนทำครัวของดีโนปารีส และอีกหลากหลายกิจกรรมที่เปลี่ยนคนท้องถิ่นให้เป็นครู เปลี่ยนนักท่องเที่ยวให้เป็นนักเรียน คุณจะพบห้องเรียนอย่างไม่เป็นทางการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ในจุดหมายท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ (อนาสตาเซีย, อพท. 2561, หน้า 51)

Senses: ออกแบบพื้นที่เพื่อกิจกรรมสร้างสรรค์

แนวคิดเรื่องสภาพแวดล้อมของสตูดิโอที่มีผลต่อกิจกรรมสร้างสรรค์ เป็นเรื่องที่ได้รับการสนใจอย่างกว้างขวางเห็นได้จากเมืองต่าง ๆ ที่ต้องการยกระดับไปสู่จุดหมายของการท่องเที่ยวเชิง



สร้างสรรค์ ต่างให้ความสำคัญกับสตูดิโอเล็ก ๆ ในท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ในตัวเอง การรวมตัวของกลุ่มศิลปินที่อยู่ในเมืองเหล่านี้ กลายเป็นกลยุทธ์เชิงรุกในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถดึงดูดผู้มาเยือนใหม่ ๆ หนุ่มสาวที่มีพรสวรรค์ แรงงานที่มีฝีมือ ตลอดจนการสนับสนุนจากภาครัฐ หรือเอกชนที่ได้ประโยชน์จากการร่วมพัฒนาชุมชนเพื่อยกระดับไปสู่จุดหมายของเมืองสร้างสรรค์

บรรยากาศ

การออกแบบบรรยากาศให้เหมาะกับสถานที่ มีผลโดยตรงต่ออารมณ์ความคิด จินตนาการ และการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ บรรยากาศเกิดจากองค์ประกอบร่วมกันของ อุณหภูมิ สีกลิ่น เสียง หรือเสียงเพลงการใช้งานในสถานที่แต่ละแห่ง ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการออกแบบเพื่อรองรับประโยชน์ใช้สอย ลองนึกถึงโรงภาพยนตร์ โบสถ์ หรือวัด ที่คุณเคยเยี่ยมชม การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ในสถานที่เหล่านั้นมีผลอย่างไรต่อการให้บริการที่นั่งในโรงภาพยนตร์สบายพอหรือไม่หากต้องนั่งหลายชั่วโมง หรือระยะห่างของเก้าอี้บนเครื่องบิน ช่วยให้คุณหยิบเสื้อชูชีพได้สะดวกหรือไม่ การจัดวางพื้นที่ที่เหมาะสมกับการใช้งาน ระยะห่างระหว่างผู้มาร่วมกิจกรรมกับศิลปินมีผลต่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการแสดงความคิดสร้างสรรค์ คุณสามารถประเมินความถี่ของกิจกรรมจากประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงต่อไปบรรยากาศสร้างอารมณ์ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ช่วยรู้สึกผ่อนคลายเป็นกันเอง และสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ หากจับคู่มีกิจกรรมกับบรรยากาศได้อย่างเหมาะสมจะให้ผลในทิศทางที่คุณคาดหวัง

แผนผังด้านพื้นที่

การใช้งานในสถานที่แต่ละแห่ง ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการออกแบบเพื่อรองรับประโยชน์ใช้สอย ลองนึกถึงโรงภาพยนตร์ โบสถ์ หรือวัด ที่คุณเคยเยี่ยมชม การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ในสถานที่เหล่านั้นมีผลอย่างไรต่อการให้บริการ ที่นั่งในโรงภาพยนตร์สบายพอหรือไม่หากต้องนั่งหลายชั่วโมง หรือระยะห่างของเก้าอี้บนเครื่องบิน ช่วยให้คุณหยิบเสื้อชูชีพได้สะดวกหรือไม่ การจัดวางพื้นที่ที่เหมาะสมกับการใช้งาน ระยะห่างระหว่างผู้มาร่วมกิจกรรมกับศิลปินมีผลต่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการแสดงความคิดสร้างสรรค์ คุณสามารถประเมินความถี่ของกิจกรรมจากประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงต่อไป

การสร้างตราสินค้า

ที่สุดแล้ว ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะจดจำคุณได้จากภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์ของคุณ ซึ่งภาพจำเหล่านี้สร้างได้จากสัญลักษณ์ เครื่องหมายสิ่งประดิษฐ์ ตลอดจนผลงานที่รวมกันเป็น แบนด์ ตัวอย่างนี้เห็นได้จากป้ายต่าง ๆ ในโรงแรมซึ่งสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า เมื่อไปยังสนามบิน คุณจะพบป้ายบอกทางไปยังจุดต่าง ๆ ที่ช่วยให้ขั้นตอนก่อนออกเดินทางเป็นไปได้อย่างราบรื่น นี่คือองค์ประกอบพื้นฐานของการผสมผสานด้านการตลาดและการบริการ แบนด์ของคุณสร้างความประทับใจได้ตั้งแต่แรกเห็น ด้วยการออกแบบอาคารสถานที่ ป้าย สิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์รอบตัวอาคาร รวมถึงการตกแต่งภายใน และรายละเอียดปลีกย่อยของเครื่องอำนวยความสะดวกเช่น เครื่องปรับอากาศที่จัดวางให้กลมกลืนไปกับตัวอาคาร

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทาง/ นักเดินทาง/ นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในการกิจกรรมการเรียนรู้



ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ไปท่องเที่ยว เรียกว่าเรียนรู้ ดูของจริง ลงมือทำ เป็นการท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้ตัวตนที่แท้จริงของชุมชน โดย ผู้เดินทาง/นักเดินทาง/นักท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมลงทำกิจกรรมกับชุมชน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนในสถานที่จริง

สรุป

การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ ให้ตรงตามความสนใจ และความถนัดของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมากที่สุด รวมไปถึงการตั้งราคาที่เหมาะสม ก่อให้เกิดการกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่น การออกแบบบรรยากาศให้เหมาะสมกับสถานที่ มีผลโดยตรงต่ออารมณ์ความคิด จินตนาการ และการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ บรรยากาศเกิดจากองค์ประกอบร่วมกันของ อุณหภูมิ สีกลิ่น เสียง หรือเสียงเพลงการใช้งานในสถานที่แต่ละแห่ง ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการออกแบบเพื่อรองรับประโยชน์ใช้สอย ลองนึกถึงโรงภาพยนตร์ โบสถ์ หรือวัด ที่เราเคยเยี่ยมชม การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ องค์ประกอบพื้นฐานของการผสมผสานด้านการตลาด และการบริการ แบรินด์ของคุณสร้างความประทับใจได้ตั้งแต่แรกเห็นด้วยการออกแบบอาคารสถานที่ ป้ายสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์รอบตัวอาคาร รวมถึงการตกแต่งภายใน และรายละเอียดปลีกย่อยของเครื่องอำนวยความสะดวกเช่น เครื่องปรับอากาศที่จัดวางให้กลมกลืนไปกับตัวอาคาร การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทาง/ นักเดินทาง/ นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในการกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ไปท่องเที่ยว เรียกว่าเรียนรู้ ดูของจริง ลงมือทำ เป็นการท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้ตัวตนที่แท้จริงของชุมชน โดย ผู้เดินทาง/นักเดินทาง/นักท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมลงทำกิจกรรมกับชุมชน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนในสถานที่จริง

เอกสารอ้างอิง

- เกริก ริชาร์ดสและคณะ, (2561). **คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**, พิมพ์ครั้งแรก, กรุงเทพมหานคร: อพท.
- การท่องเที่ยว**. <https://www.worldometers.info/coronavirus>. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2564.
- Dessler, Gary. (2003). **Human Resource Management**. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Dessler, G. (1988). **Personnel management**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Herzberg, F. (1959). Federick; Mausner, Bernard; and Synderman, Block the Motivation to Work. New York: John Willey.