

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยการออกแบบประสบการณ์

A Study of Experience Design for the Development of
Cultural Tourism

ดร.เขมิกา ธีรพงษ์¹

บทคัดย่อ

ปัจจุบันประเทศไทยถูกจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะสร้างเงินรายได้มหาศาลแต่ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนท้องถิ่นอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก เกิดการโยกย้ายถิ่นฐาน เปลี่ยนแปลงอาชีพและการทำมาหากิน ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมแปรเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จากการที่ผู้ประกอบการที่เข้าสู่พื้นที่ ภาพชุมชนพื้นที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมเลือนรางและจางหายไป นักวิชาการและนักวิจัยจากหลากหลายสาขาได้ตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้ และได้นำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมด้วยกลไกหลายประการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามงานวิจัยส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นศึกษาโดยผ่านมุมมองทางมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ สถาปัตยกรรมและการผังเมือง ซึ่งในปัจจุบันยังขาดการบูรณาการนำองค์ความรู้อื่นๆ เข้ามาช่วยพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะงานวิจัยที่นำศาสตร์แห่งการออกแบบ มาประยุกต์ใช้ในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourist Experience) อันจะเป็นกุญแจสำคัญ ที่นำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

¹อาจารย์ประจำ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการเชื่อมโยงแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมกับการออกแบบประสบการณ์ ซึ่งเป็นการใช้ทฤษฎีและเทคโนโลยีการออกแบบ เพื่อสื่อสารเรื่องราวของสถานที่และสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่ผู้เข้าเยี่ยมชม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในการใช้ทรัพยากรพื้นที่ โดยไม่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพหรือการลงทุนที่ใช้ทรัพยากรจำนวนมาก ศาสตร์การออกแบบยังสามารถสร้างการสื่อสารเชื่อมโยงระหว่างชุมชนพื้นที่และนักท่องเที่ยว อีกทั้งผู้เข้าเยี่ยมชมหรือเพิ่มแนวคิดเรื่องการอนุรักษ์ อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ไม่กลืนกินวัฒนธรรมพื้นที่ และเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การออกแบบประสบการณ์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวชุมชน

Abstract

Thailand is one of the top tourist destinations of the world. In the last 20 years, Thai government has supported the growth of tourist industry in Thailand. The number of tourists traveling to Thailand has been rapidly risen and this has brought a significant increase in tourism revenue contributing to Thailand economy. However, this also causes major problems to local communities such as the rise of living cost, emigration of the local residents, the changes of the local living culture and gentrification. Thai academics and researchers have suggested many possible directions to relieve these problems, but there is no suggestion involving Experience Design. This paper aims to draw a connecting line between cultural tourism and Experience Design (XP) which is powerful communication tool for disseminating local history, vernacular culture and tradition. This paper suggests XP becomes an important key to develop sustainable cultural tourism and also conserve local communities.

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำเงินรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากหลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยยังให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบของนโยบายและงบประมาณเพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงแหล่งท่องเที่ยวให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจท้องถิ่น อย่างไรก็ตามการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันนั้น กระจัดกระจายอยู่ในบางพื้นที่โดยเฉพาะบริเวณแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ทำให้เกิดการทะลักเข้าของการพัฒนาเชิงกายภาพ เช่น ขนส่งมวลชน สาธารณูปโภค ซึ่งทำให้เกิดธุรกิจทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อย โดยเฉพาะผู้ลงทุนจากภายนอกพื้นที่ทำให้เกิดผลกระทบรุนแรงกับชุมชนในพื้นที่ที่ต้องเปลี่ยนวิถีชีวิต อาชีพ และปรับตัวกับค่าครองชีพที่กระโดดสูงขึ้น รวมถึงการอพยพย้ายเข้าของประชาชนที่เข้ามาประกอบอาชีพในพื้นที่ ทั้งนี้ ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ยังก่อให้เกิดปัญหาภาวะปัญหาขยะ ปัญหาค่าครองชีพสูง ปัญหาอาชญากรรม ฯลฯ ผลกระทบเหล่านี้ทำให้ภาครัฐและนักวิชาการต้องนั่งทบทวนมาตรการในการรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่หนึ่งในแนวทาง ที่ถูกนำเสนอขึ้นมาคือสิ่งที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเกิดจากแนวคิดการใช้ทุนทางวัฒนธรรม มาเป็นประเด็นสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ แนวคิดนี้นำไปสู่การลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการทะลักล้นของนักท่องเที่ยว อันก่อให้เกิดปัญหาต่อชุมชนพื้นถิ่นและลุกลามถึงความเสื่อมโทรม ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก แต่งานวิจัยและการศึกษาถึงแนวคิดนี้ยังจำกัดวงแคบ งานวิจัยส่วนมากมุ่งการจัดการพื้นที่และการบริหารทรัพยากรที่มีในพื้นที่ และยังไม่พบการใช้ศาสตร์แห่งการออกแบบแขนงต่างๆ มาร่วมพัฒนามากนัก บทความนี้จึงขอเสนอความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับศาสตร์แห่งการออกแบบประสบการณ์ เพื่อบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับศาสตร์อื่นๆ อันจะนำไปสู่การประยุกต์ใช้ที่มีประสิทธิภาพสูงและเหมาะสมกับสภาพสังคมยุคดิจิทัลในปัจจุบัน

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

จากปัญหาผลกระทบต่อชุมชนจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดแนวคิดการท่องเที่ยวโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการอนุรักษ์และรักษาสภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม ของชุมชนพื้นถิ่นเอาไว้ โดยแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการหันมาสู่กระบวนการเชื่อมโยงชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ทั้งการบริหาร ทรัพยากร การเลือกสรรและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน นำไปสู่การที่ชุมชนได้รับผลประโยชน์โดยตรง อีกทั้งเพิ่มศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นโดยพยายามที่จะลดผลกระทบในทางลบที่จะเกิดขึ้นจากภายในชุมชนเอง ซึ่งเป็นคนที่เข้าใจบริบทสังคมนั้นมากที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ทราบว่าทรัพยากรอะไรที่ทรงคุณค่า ควรค่ารักษาหรือควรนำเสนอต่อผู้เข้ามาเยี่ยมชม และควรจัดการอย่างไรโดยยังคงดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเม็ดเงินทางเศรษฐกิจ McKercher & Du Cros (2002) ได้อธิบายว่าแนวคิดนี้ได้มาจากบูรณาการการท่องเที่ยว ร่วมกับการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในช่วงยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากช่วงหลังสงครามเป็นช่วงเวลาที่ตั้งปลูกสร้างต่างๆ เสียหายจำนวนมากจึงเกิดความพยายามที่จะอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของชาติให้คงอยู่ต่อไปถึงชนรุ่นหลัง โดยผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งในช่วงแรกๆ แนวคิดนี้เน้นเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural Heritage) เช่น งานสร้างสรรค์ งานสถาปัตยกรรม งานศิลปะ งานช่าง และงานฝีมือต่างๆ มรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้ เป็นดังทรัพยากรที่สำคัญสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่กระตุ้นเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับชุมชนจนถึงระดับชาติ (Richards, 2001) จากแนวคิดนี้เองทำให้เกิดความคิดที่ว่า หลักการที่สำคัญสูงสุดในการปฏิบัติของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือการอนุรักษ์และรักษาความสวยงามในสภาพทางกายภาพ โบราณสถาน โบราณวัตถุ หรือสิ่งปลูกสร้างอื่นใด จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง จากความนิยมในการเข้าเยี่ยมชมสิ่งปลูกสร้าง สถาปัตยกรรม โบราณสถาน และสถานที่ที่มีชื่อเสียง กลายเป็นกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ไม่เน้นสภาพทางกายภาพได้รับความนิยมน่าขึ้นเรื่อยๆ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้สนใจประสบการณ์ทาง

วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมากกว่าการเยี่ยมชมสิ่งปลูกสร้างขนาดใหญ่ โดยเฉพาะการเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีเอกลักษณ์จากปรากฏการณ์นี้เองทำให้เกิดความนิยมในการบริโภควัฒนธรรม (Cultural Consumption) ซึ่งนักท่องเที่ยวหันมาสนใจการท่องเที่ยวด้วยความตั้งใจที่จะเข้าไปทำความเข้าใจ เรียนรู้เรื่องราว และมีประสบการณ์ร่วมกับชุมชน แนวโน้มความนิยมการบริโภควัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยว ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลโดยตรงกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำไปสู่การตีความความหมายของคำว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบัน CrosDu Cros and McKercher (2014) ได้รายงานว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันนั้น ได้พัฒนาก้าวข้ามแนวคิดที่จะอนุรักษ์มรดกของชาติที่เน้นสิ่งที่จับต้องได้ (Conservation of Tangible Heritage) ไปเป็นการอนุรักษ์ในวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้โดยใช้การท่องเที่ยว (Intangible Heritage in Tourism) ซึ่งก็คือทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริบทของสังคมปัจจุบันจึงถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นมุ่งเน้นการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อนำผู้เยี่ยมชมมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

การพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและขยายตัวเป็นวงกว้าง เนื่องจากเป็นแนวทางที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างมีนัยยะ จึงมีการนำแนวคิดนี้ไปใช้อย่างหลากหลายโครงการในหลายประเทศ (Leslie&Sigala, 2005) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2560 หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของสหประชาชาติที่เรียกว่า World Tourism Organisation (UNWTO) ได้จัดการประชุมระดับนานาชาติขึ้น ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้มีการทบทวนความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในบริบทของสังคมยุคปัจจุบัน สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดหนึ่งที่สร้างแรงกระตุ้นให้กับผู้เยี่ยมชม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การค้นหา และการจดจำผ่านการสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจ ทั้งสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว การให้คำจำกัดความดังกล่าวนี้ เป็นการขยายขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มากกว่าเพียงแค่การอนุรักษ์ โดยครอบคลุมถึงการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้เยี่ยมชม รวมถึงการสร้าง

ความเชื่อมโยงระหว่างผู้เยี่ยมชมกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณี และชุมชนท้องถิ่น พร้อมเปิดโอกาสในการเชื่อมโยงศาสตร์อื่นๆ เข้ามาบูรณาการกับการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพในฐานะหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ UNWTO (2018) ยังเน้นย้ำว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก ประเทศทั่วโลกจึงควรบรรจุนโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนการพัฒนาประเทศ

การประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในปัจจุบันแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้ถูกนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาใน 2 พื้นที่คือ

1. พื้นที่ซึ่งได้รับผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คือพื้นที่ที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและต้องเผชิญหน้ากับปัญหาต่างๆ ซึ่งทำให้ชุมชนในพื้นที่แปรเปลี่ยนไปและคนในชุมชนไม่สามารถดำรงชีวิตได้ในลักษณะเดิม ในกรณีนี้หลักการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนถูกนำมาใช้เพื่อลดปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยการนำชุมชนมามีส่วนร่วมและรวมถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเพื่อดำเนินการการจัดการร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่าย โดยมีเป้าหมายทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวที่ทำความเข้าใจกับความเป็นชุมชนพื้นถิ่น และยังช่วยลดปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้ามาอย่างฉาบฉวยด้วยวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนและอนุรักษ์ความงดงามของชุมชนพื้นถิ่นต่อไป

2. พื้นที่ซึ่งถูกมองข้าม

อีกประเภทหนึ่งคือพื้นที่ที่มีถูกละเลยจากภาครัฐ ไม่ได้ถูกมองเป็นแหล่งท่องเที่ยว และไม่ได้รับความนิยมอยู่แต่เดิม ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจัยหลายอย่าง เช่น สถานที่ตั้ง ไม่ได้มีจุดดึงดูดหรือสถานที่สำคัญ แต่พื้นที่เหล่านี้อาจเป็นแหล่งวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่เน้นการลงทุนจำนวนมาก แต่เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม และเกิดประสบการณ์ทางวัฒนธรรม แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จะนำไปสู่การพัฒนาพื้นที่เหล่านี้ร่วมกันหลายภาคส่วนและร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งการใช้ทรัพยากรและการจัดการร่วมกัน ซึ่งหากได้รับความร่วมมือจากชุมชนแล้วจะสามารถทำให้พื้นที่ที่เคยถูกละเลยกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สร้างงานและรายได้เข้าสู่ชุมชน โดยเกิดผลกระทบในแง่ลบต่อวิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิม ในชุมชนให้น้อยที่สุด พร้อมทั้งรักษาความเป็นพื้นที่ถิ่นในพื้นที่เหล่านี้ไว้ให้นานที่สุด

สถานการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การทำวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น มีมาอย่างต่อเนื่องยาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 Richards (2018) รายงานว่าจำนวนงานวิจัยในเรื่องนี้ได้พุ่งสูงขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 - 2558 ซึ่งปรากฏผลงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่า 6,000 เรื่องเป็นจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นถึงสามเท่า งานวิจัยเหล่านี้เป็นตัวบ่งชี้แนวโน้มการพัฒนาและการเติบโตของสาขาวิชาดังกล่าว รวมทั้งการนำไปใช้ประโยชน์ในกรณีศึกษาต่างๆ จากการสำรวจงานวิจัยสามารถสรุปได้ว่างานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

- ① การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรม (Cultural Consumption)
- ② การศึกษาแรงผลักดันที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Motivation)
- ③ การศึกษาเกี่ยวกับมุมมองด้านเศรษฐกิจ (The Economic Aspects)
- ④ การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Tourism & Cultural Heritage)
- ⑤ การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)
- ⑥ การศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผ่านมุมมองทางมานุษยวิทยา (Emerging Identities)

จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาเน้นมักเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับศาสตร์ต่างๆ เช่น การจัดการ เศรษฐศาสตร์ หรือแม้แต่สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา อย่างไรก็ตามยังไม่พบงานวิจัยที่ได้นำเอาทฤษฎี ทางด้านการออกแบบมาเชื่อมโยงกับ

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งกล่าวคือยังมีช่องว่างสำหรับการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นำการออกแบบมามีส่วนในการพัฒนา ซึ่งอาจเป็นกุญแจสำคัญในการสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Assets) ออกมาในรูปแบบที่สามารถเข้าถึงได้และเข้าใจได้ง่าย เมื่อพิจารณาความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและการออกแบบ แล้วพบว่าหากการสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมเป็นส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้วนั้น ศาสตร์แห่งการออกแบบประสบการณ์จะเป็นองค์ความรู้ที่มีความเชื่อมโยงโดยตรงและมีแนวโน้มที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาได้ เมื่อศึกษาสถานภาพความรู้ในศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้วจึงพบว่า ควรมีการศึกษาเพื่อบูรณาการศาสตร์แห่งการออกแบบประสบการณ์มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารเรื่องราวของชุมชนและสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงระหว่าง ผู้เยี่ยมชม (Visitors) กับ ชุมชน (Local Community) หรือผู้อยู่อาศัย (Local Residents) ให้เกิดความเข้าใจและมีส่วนร่วมกับชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ความเข้าใจอันดีเหล่านี้จะนำไปสู่การอนุรักษ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ความหมายและองค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบประสบการณ์

การออกแบบประสบการณ์ หรือ Experience Design (XD) เป็นหนึ่งในสาขาการออกแบบที่ผสมผสานหลากหลายศาสตร์และได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับงานหลากหลายบริบทมาเป็นเวลายาวนาน อย่างไรก็ตาม คำว่าการออกแบบประสบการณ์ ยังเป็นเรื่องใหม่ในวงการการออกแบบของไทย นักวิชาการทางการออกแบบและนักออกแบบในประเทศไทยส่วนมากยังไม่คุ้นชินกับสาขาวิชานี้ ซึ่งในบริบทหลังคมไทย เมื่อกล่าวถึงการออกแบบประสบการณ์ (XD) นักวิชาการและนักออกแบบจำนวนมากมักตีความเชื่อมโยงกับ User Experience Design ซึ่งเป็นการตีความโดยให้ความหมายเชิงแคบและเน้นการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเท่านั้น เชมิกา ธีรพงษ์ (2561) ได้อธิบายอย่างชัดเจนว่าการออกแบบประสบการณ์ ไม่ได้เป็นเพียงแค่การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเท่านั้น แต่เป็นการจัดการการวางแผน ทำให้เกิดเหตุการณ์ และสร้างบริบทแวดล้อมเพื่อเกิดการสื่อสารข้อมูลและผ่านการเล่าเรื่องซึ่งการออกแบบในรูปแบบนี้ ทำให้เกิด

ความเข้าใจ ความประทับใจ นำไปสู่ความเข้าใจ เกิดทักษะและการเรียนรู้อย่างลึกซึ้งในเรื่องนั้นๆ ตามที่ Hilary Mclellan (2000) ได้เน้นว่าการออกแบบประสบการณ์นั้นผูกพันลึกซึ้งกับการเล่าเรื่อง ซึ่งก่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วม ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการรับสารและการเรียนรู้ในข้อมูลที่มีความซับซ้อนได้ดีกว่าการสื่อสารปกติ จากการวิเคราะห์จากความหมายข้างต้นพบว่า การออกแบบประสบการณ์ถือเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการเรียนรู้และสื่อสารเรื่องราวหรือความรู้ เพราะเป็นเครื่องมือที่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจเชิงลึก การจดจำ และมีส่วนร่วมทางอารมณ์ของผู้รับชม

ส่วนประกอบที่สำคัญสำหรับการสร้างงานออกแบบประสบการณ์

งานออกแบบประสบการณ์นั้นเป็นชนิดหนึ่งของงานสร้างสรรค์ ซึ่งความพิเศษของงานออกแบบชนิดนี้ก็คือการที่ชิ้นงานไม่ได้ถูกติดตั้งหรือใช้งานอยู่บนสื่อใดสื่อหนึ่งเฉพาะ แต่มีการใช้สื่อหลากหลาย จึงมีส่วนประกอบสำคัญที่แตกต่างจากงานออกแบบชนิดอื่น ซึ่ง Hilary Mclellan (2000) ได้จำแนกส่วนประกอบสำคัญของงานออกแบบประสบการณ์ไว้ 3 ประเภทคือ

1. เนื้อเรื่องที่จะสื่อสาร

เรื่องหรือประเด็นที่จะเล่าเป็นแกนหลักสำคัญในงานออกแบบชนิดนี้ ไม่ใช่เพียงเพราะจำเป็นที่ต้องมีเรื่องที่จะสื่อสาร แต่เป็นเพราะว่าธรรมชาติของมนุษย์นั้นสามารถเกิดการเรียนรู้และจดจำได้ดีผ่านตัวอย่างหรือเรื่องราวที่ได้รับฟังหรือรับชม (Seybold 1998) การเล่าข้อมูลผ่านเรื่องราวทำให้จดจำได้ง่ายเพราะอยู่ในรูปแบบที่สามารถส่งผ่านความรู้ และนำไปสู่การประยุกต์ใช้ความรู้ได้ดีกว่าการนำเสนอในรูปแบบอื่นๆ (Brown, Collins&Duguid 1989) ซึ่ง Laurel (1991) ได้อธิบายในส่วนของเนื้อเรื่องว่าจำเป็นต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- มีเนื้อเรื่องที่น่าสนใจ
- มีส่วนที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมหรือลงมือทำ
- มีความกระชับในเรื่องราวที่ถ่ายทอด
- มีความมีเอกภาพของของงานออกแบบ
- มีตอนจบที่น่าประทับใจเป็นสิ่งจำเป็น

2. เทคโนโลยีที่สามารถดึงดูดความสนใจในยุคโลกดิจิทัล

เทคโนโลยีนั้นมีบทบาทมากในการสร้างสรรค์สื่อที่น่าสนใจและดึงดูดให้ผู้คนสนใจรับชม Fogg (1990) ได้อธิบายไว้ว่า การใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาะคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทในฐานะอุปกรณ์ตัวช่วยในการดึงดูดความสนใจของคนและเกิดการปฏิสัมพันธ์กับสื่อที่ใช้ และนำไปสู่การสื่อสารที่ประสบความสำเร็จในที่สุด เทคโนโลยีที่ว่่านี้ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนของตัวอุปกรณ์และตัวซอฟต์แวร์ควบคุม ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับเรื่องราวที่น่าสนใจ ในงานออกแบบประสบการณ์ Brenda Laurel (1991) ในฐานะนักวิจัยและนักพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ได้อธิบายไว้อย่างชัดเจนว่าการเกิดปฏิสัมพันธ์ของคน (interaction) นั้น มีความสำคัญมาก เนื่องจากช่วยให้มนุษย์สามารถมีปฏิริยาตอบสนองกับคนรอบข้างและสิ่งรอบข้าง ซึ่งปฏิริยาที่ตอบสนองเหล่านั้นยังรวมไปถึงการเกิดปฏิสัมพันธ์กับตัวอุปกรณ์ที่เป็นตัวส่งสารเองและกับข้อมูลหรือความรู้ที่ได้ถ่ายทอดผ่านอุปกรณ์สื่อสารเหล่านั้น จึงสามารถอธิบายได้ว่า บทบาทของเทคโนโลยีในการออกแบบประสบการณ์นั้นมีอยู่ 3 ประเภทคือ

- การใช้เทคโนโลยีในลักษณะเครื่องมือเพิ่มประสิทธิภาพ และความสามารถในการถ่ายทอด
- การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับเรื่องราว
- การใช้เทคโนโลยีในฐานะสื่อเพื่อส่งผ่านประสบการณ์เรื่องราว

เทคโนโลยีเหล่านี้ไม่เพียงแต่เรียกความสนใจจากกลุ่มคนได้เท่านั้น แต่ยังเป็นการปรับทัศนคติของคนต่อการรับรู้เรื่องราวอะไรบางอย่าง (King&Tester 1999) ซึ่งในประเด็นนี้เอง ที่มีความสำคัญกับในการนำไปใช้ในบริบทของการพัฒนาการศึกษา โดยใช้การออกแบบประสบการณ์

3. พื้นที่หรือสถานที่

Pine และ Gilmore เน้นเรื่องพื้นที่ว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยของงานออกแบบชนิดนี้ พื้นที่ดังกล่าวนี้คือคือบริเวณที่ถูกออกแบบขึ้นและเป็นที่ต่างจากพื้นที่ในชีวิตประจำวัน เช่น บ้าน สถานที่ทำงาน พื้นที่นี้สามารถเป็นได้ทั้งสถานที่ที่มีอยู่จริง (Actual) หรือเป็นพื้นที่เสมือนจริง (Virtual) ที่ตั้งใจให้เป็นที่รวบรวมผู้ชมหรือผู้เข้าร่วมมีการสร้างบรรยากาศ

ที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ และแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ต่างๆ กัน Oldenburg (1999) อธิบายไว้ชัดเจนว่า พื้นที่ดังกล่าวจำเป็นต้องมีกิจกรรมที่ทำให้เกิดการสื่อสารแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ร่วมงานหรือผู้เข้าชม โดยการแลกเปลี่ยนเหล่านี้ต้องเป็นการสื่อสารเหล่านี้ ต้องไม่ใช่การสื่อสารที่กระทำซ้ำๆ หรือเป็นข้อมูลซ้ำๆ ที่พบเจอในชีวิตประจำวัน ซึ่งนี่ก็คือกิจกรรมที่สำคัญที่สุดที่ทำให้พื้นที่เหล่านี้แตกต่างจากพื้นที่ในชีวิตประจำวัน

ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการออกแบบประสบการณ์

จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการออกแบบประสบการณ์พบว่า จุดร่วมที่สำคัญของทั้ง 2 ศาสตร์ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนารูปแบบและกระบวนการการออกแบบประสบการณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นคือการสร้าง ประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ผู้เข้าชม (Tourism Experience for Visitors) โดยเน้นที่การได้สัมผัส ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural experience) เป็นกุญแจสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ และนำไปสู่การจดจำ ความประทับใจ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำ ซึ่งถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน Chen & Rahman (2018) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แล้วพบว่า ปัจจัยสำคัญที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้นั้นมีอยู่ 4 ประเภท คือ 1. การมีส่วนร่วมของผู้เข้าชม (Participation) 2. การได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจ (Memorable Tourism Experience: MTE) 3. การสร้างความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมในพื้นที่หรือชุมชน (Cultural Contact) 4. ความภักดีในสถานที่ (Destination Loyalty) โดยทั้ง 4 ประเภทนี้ ต้องเชื่อมโยงกัน กล่าวคือการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ สามารถสร้างได้จากกระบวนการการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชม ที่เมื่อเข้าไปเยี่ยมชมแล้วมีกิจกรรมร่วมกับคนในพื้นที่ ทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์กับพื้นที่หรือชุมชน ทั้งหมดนี้นำไปสู่การกลับมาเที่ยวในสถานที่เดิมอีกครั้ง ส่วนที่ยังคงความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ คงหนีไม่พ้นการสร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจ ซึ่งเมื่อนำทฤษฎีการออกแบบประสบการณ์มาใช้จะพบว่ามันขึ้นตอนเป็นลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คือ ต้องเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้าสู่พื้นที่

ขั้นตอนที่ 2 คือ การทำให้ผู้เข้าชมเกิดความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมกับ

กิจกรรมและบรรยากาศ

ขั้นตอนที่ 3 คือ การทำให้ผู้เข้าชมเกิดการกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้

ขั้นตอนที่ 4 คือ ทำให้ผู้เข้าชมเกิดความสนุกสนานและตอบสนองต่อบรรยากาศ

หากสามารถทำให้เกิดประสบการณ์ตามลำดับทั้ง 4 ขั้นตอนนี้ได้จะมีโอกาสสูงที่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่น่าประทับใจหรือจดจำแก่ผู้เข้าชม นำไปสู่การออกแบบประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จได้ (Pine & Gilmore, 1999)

จากการทบทวนสถานภาพความรู้ดังกล่าวข้างต้นทำให้พบว่าควรนำการออกแบบประสบการณ์ไปใช้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นควรมีการปรับกระบวนการออกแบบ (Design Process) เพื่อให้เหมาะสมกับการผลิตต้นแบบงานออกแบบประเภทดังกล่าว โดยอาจแบ่งออกเป็นขั้นตอนที่เพิ่มเติมหลักๆ 3 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นตอนการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

หนึ่งในกระบวนการสำคัญในการประกอบการทำงานออกแบบประสบการณ์คือการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่ง กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ และศรัณยา แสงลิ้มสุวรรณ (2555) อธิบายว่าจำเป็นต้องมีขั้นตอนดังนี้

- วิเคราะห์พื้นที่
- วางแผนการใช้พื้นที่และการคมนาคม
- กำหนดศักยภาพการรองรับ
- ประเมินผลกระทบ
- อบรมประชาชนผู้เกี่ยวข้องรวมถึงเจ้าหน้าที่รัฐ

ทั้งนี้การวางแผนดังกล่าวเป็นการรวบรวมข้อมูลและเตรียมความพร้อมให้กับพื้นที่ก่อนทำการออกแบบ รวมถึงการทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจข้อกำหนดของชุมชนในพื้นที่อีกด้วย

2. ขั้นตอนการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมาย

จากขั้นตอนในข้อแรกทำให้มีข้อมูลมากพอที่จะกำหนดเส้นทางและกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้ควรระบุนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายไปด้วยในครั้งเดียวกัน ขั้นตอนนี้จะช่วยทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนสำหรับงานออกแบบ พร้อมทั้งสามารถ

พัฒนาสู่ข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Brief) ได้ ซึ่งขั้นตอนการกำหนดเส้นทางกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายนี้ เป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Bywater, 1993)

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในขั้นตอนการออกแบบประสบการณ์

นอกจากนี้กระบวนการที่สำคัญที่สุดในการทำให้งานออกแบบประสบการณ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การมีส่วนร่วมของชุมชนให้คนพื้นถิ่นได้มีโอกาสเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการในการเล่าเรื่องราวของชุมชน ตลอดจนร่วมกันออกแบบการจัดการและการบริหารกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้วยกัน ซึ่งกระบวนการนี้จะนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของและส่วนในการทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นประสบความสำเร็จ

บทสรุป

จากการศึกษาปรากฏชัดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความเชื่อมโยงกับศาสตร์แห่งการออกแบบประสบการณ์ในหลายด้าน มีความเป็นไปได้สูงในการใช้กระบวนการออกแบบประเภทนี้มาช่วยเสริมสร้างพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดการสื่อสารที่เหมาะสมกับยุคสมัย อีกทั้งสามารถสื่อสารเรื่องราวท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นที่กระบวนการออกแบบและการมีส่วนร่วมของชุมชนมาเป็นปัจจัยในการลดปัญหาผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยในอนาคตจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการนำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มาร่วมบูรณาการเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่กว้างขึ้น ครอบคลุมการศึกษาเรื่องการเดินทางศาสตร์แห่งการออกแบบประสบการณ์มาใช้เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีพื้นถิ่นอันเป็นหัวใจสำคัญหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บรรณานุกรม

- กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ, & แสงลิ้มสุวรรณ, ต.น. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. *วารสารนักบริหาร*, 32(4), 139-146.
- เจมิกา อีรพงษ์. (2561). *การออกแบบประสบการณ์ในฐานะสื่อการเรียนรู้ใหม่ในสังคมไทย*. บทความนำเสนอในงาน “การจัดการศึกษาและงานวิจัยด้านศิลปวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21”, โรงแรมมิราเคิลแกรนด์ เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ.
- Brown, J. S., Collins, A., & Duguid, P. (1989). Situated cognition and the culture of learning. *Educational researcher*, 18(1), 32-42.
- Bywater, M. (1993). The market for cultural tourism in Europe. *Travel & Tourism Analyst* (6), 30-46.
- Du Cros, H., & McKercher, B. (2014). *Cultural tourism*. Routledge.
- Fogg, B. J. (1999). Persuasive technologies. *Communications of the ACM*, 42(5), 27-29.
- King, P., & Tester, J. (1999). The landscape of persuasive technologies. *Communications of the ACM*, 42(5), 31-38.
- Laurel, B. (1991). *Computer as Theater*. Reading: Addison-Wesley Professional.
- Leslie, D., & Sigala, M. (2005). *International Cultural Tourism: Management, Implications and Cases*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- McKercher, B. and Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.
- McLellan, H. (2000). Experience design. *Cyberpsychology and Behavior*, 3(1), 59-69.
- Oldenburg, R. (1989). *The great good place: Café, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day*. Paragon House Publishers.

- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*. Cabi.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Seybold, P. B., & Marshak, R. T. (1998). *Customers.com: how to create a profitable business strategy for the Internet and beyond*. Random House Inc.
- UNWTO. (2018). *UNWTO tourism highlights*. Retrieved from Madrid.