

การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow travel) : นิยามและแนวคิด

Slow Travel: A Concept Survey

บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข

ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Email: b.aneksuk@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow travel) ซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมในปัจจุบันทั้งในระดับนานาชาติ และประเทศไทย ทั้งนี้พบว่าแนวคิดดังกล่าวเกิดขึ้นตั้งแต่คริสต์ทศวรรษที่ 1970 จากการแสวงหาต่อต้านวัฒนธรรมเร่งด่วนในประเทศอิตาลี โดยเหตุการณ์สำคัญได้แก่การประท้วงการสร้างร้านแม็คโดนัลด์ (McDonald) ในกรุงโรม เนื่องจากชาวอิตาลีไม่ยอมรับการขยายตัวของอาหารจานด่วนแบบอเมริกันที่กลายเป็นมาตรฐานของโลกซึ่งเป็นวิถีการบริโภคที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพของคนในท้องถิ่น กระทั่งนำไปสู่การเกิดแนวคิดการบริโภคอาหารแบบเนิบช้า (Slow food) ในเวลาต่อมา

แนวคิดการบริโภคอาหารแบบเนิบช้า ได้แพร่หลายไปทั่วยุโรป และนำไปสู่การเกิดแนวคิดเกี่ยวกับความเนิบอื่นๆ อีก เช่น แนวคิดการใช้ชีวิตในเมืองแบบเนิบช้า (Slow city) แนวคิดการแพทย์แบบเนิบช้า (Slow medicine) แนวคิดการตลาดแบบเนิบช้า (Slow market) และนำไปสู่การเกิดแนวคิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow travel) ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวที่ใช้เวลานานเพียงพอเพื่อจะได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจในลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น อันเป็นหนทางสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) ได้อีกทางหนึ่ง ทั้งนี้ตัวอย่างของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า เช่น การเดินเท้าเพื่อการท่องเที่ยว (Walking tourism) การขี่จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว (Cycling tourism) การเดินทางโดยรถไฟเพื่อการท่องเที่ยว (Train tourism) และการท่องเที่ยวในตัวเมือง (Urban tourism) เป็นต้น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า การใช้ชีวิตแบบเนิบช้า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This article presents an analysis of the concept of 'slow travel'. This concept emerged in the 1970s as a protest against 'rush culture' symbolized by McDonalds food establishments in Rome as locals opposed the invasion by American-style fast food. This opposition to fast food, considered harmful to public health, led to the concept of slow food. This concept spread throughout Europe and inspired new slow concepts, such as slow city, slow medicine, slow market, and slow travel. This last idea related to the promotion of longer visits by tourists to increase their appreciation and understanding of target destinations in terms of social, cultural, and historical dimensions. These dimensions may lead to more sustainable tourism and the promotion of other features of slow travel, such as walking, cycling, train travel, and urban studies.

Keywords: Slow travel; Slow life; Sustainable tourism

บทนำ

ในรอบหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา กระแสการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าหรือการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ (Slow travel หรือ Slow tourism) ได้รับการกล่าวถึงเป็นอย่างมาก ไม่เพียงแต่เฉพาะในประเทศไทยเท่านั้นกระแสการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ายังได้รับความนิยมในประเทศยุโรป อาทิ อิตาลี อังกฤษ เยอรมัน ฟินแลนด์ อีกด้วย ในกรณีประเทศเยอรมันแล้วการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าได้รับความนิยมอย่างมาก ตัวอย่างที่เห็นอย่างชัดเจน ได้แก่การเกิดช่องทางการตลาดผ่านเว็บไซต์ที่ชื่อว่า "Slow Travel Berlin" ซึ่งเริ่มทำธุรกิจมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ขยายมุมมองเชิงลึกเกี่ยวกับเมืองเบอร์ลินและเปิดโอกาสให้ธุรกิจขนาดเล็กของเมืองได้จำหน่ายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว (Slow Travel Berlin, 2016)โดยนัยนี้จึงทำให้เข้าใจได้ไม่ยากว่าการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้ความสำคัญทั้งมิติการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในฐานะอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism demand) และมิติการมีช่องทางให้ธุรกิจขนาดเล็กได้จำหน่ายสินค้าและบริการในฐานะอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism supply)

ที่มาของแนวคิด “ความเนิบช้า”

การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับ “ความเนิบช้า” หรือการใช้ชีวิต “แบบช้าๆ” ของนักท่องเที่ยว คำถามที่น่าสนใจก็คือ เพราะเหตุใดความช้าจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญทางการท่องเที่ยวไปได้ ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วความช้าน่าจะกลายเป็นอุปสรรคในโลกสมัยใหม่เสียมากกว่า

Stefano Dall'Aglio (2011) อธิบายประเด็นการใช้ชีวิตแบบช้าๆ ว่าเกิดขึ้นมาตั้งแต่คริสต์ทศวรรษที่ 1970 โดยผู้เสนอแนวคิดการใช้ชีวิตแบบเนิบช้าคนสำคัญได้แก่ Carlo Petrini (1977) ซึ่งปัจจุบันเป็นประธานกลุ่ม International Slow Food Movement งานเขียนของ Petrini ชี้ให้เห็นว่าการบริโภคอาหารหรือไวน์ของชาวอิตาลีในขณะนั้น แม้ว่าจะมีการซื้ออาหารและไวน์จากร้านสะดวกซื้อในท้องถิ่นแต่กลับไม่มีผู้ซื้อคนใดรู้จักผู้ผลิตอาหารและไวน์ที่แท้จริงเลย ดังนั้นมุมมองใหม่ของการบริโภคอาหารและไวน์แบบเนิบช้าจึงอาจจะเห็นได้จากการมีร้านอาหารที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตได้มาพบปะสนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ระหว่างกันมากกว่าจะเป็นเพียงผู้ซื้อและผู้ขายในร้านสะดวกซื้อเท่านั้น (Popham, 2009) ซึ่งในที่สุดแนวคิดแนวคิดของ Petrini สามารถสร้างกระแสนิยมให้กับชาวอิตาลีและแพร่กระจายไปทั่วโลกนับตั้งแต่ต้นปี ค.ศ. 1980 ควบคู่ไปกับกระแสการต่อต้านวัฒนธรรมเร่งด่วน (Speed culture) ที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิด “ยิ่งเร็วยิ่งดี (Fast is better than slow)” โดยเฉพาะการปลูกฝังว่าความเร็วคือความสนุกสนาน (ในสวนสนุกหรือสนามแข่งรถ) ความเร็วคือความสะดวก (ในโลกข่าวสารข้อมูลและการบริการ) หรือความรวดเร็วเป็นความเช็กข้ออย่างหนึ่งของมนุษย์ ขณะที่มองความเนิบช้าเป็น “เชื่องช้า” เห็นได้จากการมองว่าความเชื่องช้าคือความขี้เกียจ ความเชื่องช้าคือความไม่รู้เรื่อง (Stupid) หรือความเชื่องช้าเหมาะสำหรับคนรั้งท้าย เป็นต้น

การเกิดแนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภค การต่อต้านแนวคิดการสร้างความแตกต่างทางสังคมหรือการต่อต้านการเสื่อมสภาพของสิ่งแวดล้อม ในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1970 จึงเป็นผลมาจากการมองว่านิยามความรวดเร็วที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้กลายเป็นการสร้างภาระจาก “ความเร่งรีบ” ให้กับสังคมในเวลาต่อมา ทั้งการละเมิดสิทธิผู้บริโภคโดยเฉพาะด้านสุขภาพในการบริโภคอาหารจานด่วน (Fast food) ตลอดจนการสร้างความแตกต่างทางสังคมและการทำลายสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการเร่งรีบพัฒนาสู่สังคมเมือง

โดยนัยนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่าแนวคิดที่เกิดขึ้นในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1970 ให้ความสำคัญต่อการใช้ชีวิตแบบเนิบช้า (Slow life) มากขึ้นนั่นเอง

ปรากฏการณ์ของกระแสนิยมการใช้ชีวิตแบบ “เนิบช้า” ครั้งสำคัญ เริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ. 1980 ซึ่งเกิดการชุมนุมประท้วงที่เมืองบรา (Bra) ทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือของประเทศอิตาลีเนื่องจากเมืองดังกล่าวมีพื้นฐานมาจากการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก ในเวลาต่อมาเมื่อประเทศอิตาลีเริ่มพัฒนาประเทศจนกลายเป็นอุตสาหกรรม (Industrialization) ส่งผลให้ชาวเมืองเริ่มปรับตัวถึงความเปลี่ยนแปลงที่จะมีต่ออัตลักษณ์ในท้องถิ่นของตน และเกิดการรณรงค์ให้บริโภคอาหารท้องถิ่นมากขึ้น (Svård, 2013) กระทั่งในปี ค.ศ. 1986 กระแสนิยมการบริโภคอาหารท้องถิ่นได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นในอิตาลี จนเมื่อมีการสร้างร้านแม็คโดนัลด์ (McDonald) ในกรุงโรม ชาวอิตาลีจึงไม่ยอมรับการขยายตัวของวัฒนธรรมอเมริกันที่กลายเป็นมาตรฐานของโลก (Global standard) อย่างรวดเร็วจนเกินไป อีกทั้งอาหารจานด่วน (Fast food) แบบสังคมอเมริกันไม่ส่งผลดีต่อสุขภาพของชาวอิตาลีที่ต้องบริโภคอาหารแบบเนิบช้า (Slow food) (ราณี อธิษัยกุล, 2557) ทั้งนี้ทางสังคมวิทยา เรียกปรากฏการณ์การขยายตัวของร้านแม็คโดนัลด์ (McDonald) ในช่วงเวลานี้ว่าเป็น “แม็คโดนัลด์ภิวัตน์ (McDonaldization)” ในความหมายของการแผ่ขยายความทันสมัยแบบอเมริกัน ที่มีใช้เพียงมาตรฐานการใช้ชีวิตด้วยการบริโภคอาหารจานด่วน (Fast food) แบบอเมริกันเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการสร้างมาตรฐานอเมริกันแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริโภคสินค้าและบริการ หรือแม้แต่การแต่งเครื่องแบบ (Uniform) ที่ถูกอ้างว่าเป็นการยกระดับคุณภาพ (Quality-approve) ของสินค้าและบริการแบบอเมริกัน (Ritzer, 1998) ดังนั้นการเข้ามาของร้านแม็คโดนัลด์ในพื้นที่ต่างๆ จึงกลายเป็นกลไกหนึ่งของความพยายามสร้างมาตรฐานตามแบบอเมริกันในทุกที่นั่นเองจึงได้เกิดการรณรงค์ให้บริโภคอาหารท้องถิ่นอิตาลีเพราะ “เป็นการรักษาความหลากหลายของวัตถุดิบในการผลิตอาหาร และสร้างการเรียนรู้ระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตอาหาร” (Fullagar, Markwell and Wilson, 2012) อย่างไรก็ตาม กระแสการบริโภคแบบเนิบช้าของอิตาลีได้ขยายตัวไปสู่ประเทศในยุโรปอย่างรวดเร็วในเวลาต่อมา จนอาจเรียกได้ว่าเป็น “ความเคลื่อนไหวของการบริโภคแบบเนิบช้า (Slow food movement)” เลย์ทีเดีย (Svård, 2013)

อาจกล่าวได้ว่ากระแสการบริโภคอาหารแบบเนิบช้าของอิตาลีจึงมีนัยยะอยู่สองประการ ทั้งในด้านการต่อต้านการเข้ามาของวัฒนธรรมภายนอกจากการ

กลายเป็นอุตสาหกรรมผ่านร้านแมคโดนัลด์ และการต่อต้านวิถีการบริโภคที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพของคนในท้องถิ่นนั่นเองและเป็นที่มาของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในเวลาต่อมา

ขณะเดียวกันความเนิบช้ายังสัมพันธ์กับการสร้างคุณภาพชีวิตอีกด้วย เห็นได้จากเมื่อเราหยุดนิ่งหรือประกอบกิจกรรมใดๆ ให้ช้าลง เราจะมีเวลาสานต่อความสัมพันธ์กับอีกบุคคลหนึ่งเพิ่มมากขึ้น การประกอบกิจกรรมที่ช้าลงนำไปสู่การสร้างคามมั่นคงทางอารมณ์ที่เพิ่มมากขึ้น หรือแม้แต่การสัมพันธ์ประสบการณ์เชิงลึกกว่า (Deeper experience) การสัมผัสสิ่งแวดล้อมรอบตัวแบบฉาบฉวย (Dall'Aglio, 2011) อันเป็นที่มาของการใช้ชีวิตในเมืองแบบเนิบช้า (Slow city) หรือ Cittaslow ที่ตั้งคำถามต่อใช้ชีวิตที่เร่งรีบในสังคมเมืองที่ทันสมัย (Modern society) กระทั่งกลายเป็นการเสียดความรวดเร็วในวิถีชีวิตจากการความเจริญของเทคโนโลยีต่างๆ จนกลายเป็นความยุ่งเหยิงในชีวิต (Svärd, 2013)

ขณะเดียวกันการเรียกร้องให้เกิดการใช้ชีวิตในเมืองแบบเนิบช้ายังเป็นการตอบโต้การให้คุณค่าของโลกาภิวัตน์ที่เรียกว่า “การผสมผสานไปกับโลก (Globalised homogenisation)” ที่หมายถึงตัวเมืองทุกแห่งก็สามารถสร้างโลกาภิวัตน์ได้ด้วยตัวเอง โดยที่ทุกคนในตัวเมืองใช้ชีวิตแบบเนิบช้า ไม่ต้องสนใจกับความเปลี่ยนแปลงหรือการแข่งขันที่รวดเร็วทางเศรษฐกิจที่ถูกกำหนดโดยระบบเศรษฐกิจโลก การทำตามมาตรฐานของโลก หรือการอธิบายความเปลี่ยนแปลงของตนเองต่อโลก (Dickinson and Lumsdon, 2010) ในขณะที่เมื่อมีผู้เดินทางมาถึงเมืองต่างๆ กลับต้องปฏิบัติตามสิ่งที่ชาวเมืองกำหนดเอาไว้ เช่น รักษาสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานของชาวเมือง ใช้ยานพาหนะเดินทางตามมาตรฐานของชาวเมืองนั้นๆ ยินยอมที่จะใช้เทคโนโลยีตามที่ตัวเมืองนั้นๆ พอมจะมีได้ บริโภคอาหารท้องถิ่นตามแบบคุณภาพชีวิตของชาวเมือง ตลอดจนแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจวิถีของชาวเมืองที่เดินทางไปถึง (Svärd, 2013)

แนวคิดการบริโภคแบบเนิบช้าและการใช้ชีวิตในเมืองแบบเนิบช้า จึงนับเป็นปฐมบทของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าซึ่งตั้งต้นจากการที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะรับประทานอาหารและปรุงอาหารแบบท้องถิ่น ใช่วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ในท้องถิ่น และสัมผัสรสชาติของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างช้าๆ มากกว่าการมองดูเพียงอย่างเดียว ขณะที่นักท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เลือกที่จะหยุดพักที่ใดที่หนึ่งนานๆ เพื่อสัมผัสรสชาติของวัฒนธรรมท้องถิ่นและได้รับความรู้ที่เปี่ยมไปด้วยชีวิตชีวา (Lived knowledge)

เนื่องจากในภาวะสังคมที่ทันสมัยนักท่องเที่ยวต้องใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบจนเกิดภาวะขาดสมดุลในการทำงาน ครอบครัว และการพักผ่อน (ราณี อธิชัยกุล, 2557) พร้อมทั้งพยายามลดผลกระทบทางลบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นจากการใช้เครื่องบินหรือรถยนต์ ซึ่งก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และเลือกใช้วิธีการอื่น ๆ เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ เช่นการจาริกด้วยเท้าเปล่าไปตามที่ต่าง ๆ การพายเรือแคนู การปั่นจักรยาน หรือการเลือกใช้นานพาหนะที่คนในท้องถิ่นใช้อยู่ (Dickinson and Lumsdon, 2010)

แนวคิดการบริโภคแบบเนิบช้าในปัจจุบันยังได้ขยายปริมณฑลไปยังด้านอื่น ๆ อีกด้วย เช่น แนวคิดการแพทย์แบบเนิบช้า (Slow medicine) ที่หมายถึงทางเลือกใหม่ในการรักษาพยาบาลโดยมิได้ใช้ยารักษาเพื่อให้หายขาดรวดเร็วเพียงอย่างเดียว ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติบำบัด การฝังเข็มหรือการนวดผ่อนคลาย เป็นต้น แนวคิดการเรียนแบบเนิบช้า (Slow school) ซึ่งหมายถึงการเรียนที่ไม่เร่งเกินวุฒิภาวะของผู้เรียนแต่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีเวลาผ่อนคลายเพื่อทบทวนตนเองเพิ่มมากขึ้น แนวคิดการตลาดแบบเนิบช้า (Slow market) ที่มุ่งความยั่งยืนของตลาดผ่านการให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าและการสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างยั่งยืนกับลูกค้าด้วยการพูดคุยและเปลี่ยนกัน แม้กระทั่งแนวคิดการมีเพศสัมพันธ์แบบเนิบช้า (Slow sex) ที่มุ่งให้ถึงการมีเพศสัมพันธ์อย่างเข้าใจความต้องการและเติมเต็มกันและกันมากกว่ามุ่งตอบสนองความต้องการทางเพศเพียงอย่างเดียว (Dall'Aglio, 2011)

ความหมายและลักษณะของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

ในปริมณฑลของการท่องเที่ยวแล้ว ความหมายของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า มิได้จำกัดเพียงการบริโภคอาหารแบบเนิบช้าดังเช่นเมื่อคริสต์ทศวรรษที่ 1970 เท่านั้น แต่ยังรวมถึงกิจกรรมที่ใช้เวลาในระยะเวลาที่นานเพียงพอเพื่อจะได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจในลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นได้ดีขึ้น เช่น การเดินชมตึกโบราณ ตลาดโบราณ หรือชิมอาหารที่มีขายตามถนนหรือในตลาด เป็นต้น (ชนินทร์ อยู่เพชร, 2012) ทั้งนี้ Stefano Dall'Aglio (2011) ได้เสนอหลักการของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในมิติ C.A.S.T.L.E ประกอบด้วย

1. **มิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน (Contamination)** จากการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในขณะท่องเที่ยว ทั้งระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน ผู้มาเยือนกับคนในท้องถิ่น แม้แต่ผู้มาเยือนกับผู้มาเยือนด้วยกันเอง

2. **มิติการคงความเป็นของแท้ (Authenticity)** ที่วัฒนธรรมท้องถิ่นต้องปราศจากการแต่งเติมจนเกินงาม ฉาบฉวย เพราะการท่องเที่ยวแบบเน้น شأنการมีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้มาเยือนที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างที่เป็นกับเจ้าบ้านที่เต็มใจต้อนรับคนแปลกหน้า

3. **มิติความยั่งยืน (Sustainability)** ด้วยการรักษาคุณค่าของป่าไม้ สิ่งแวดล้อม และสังคม การนำแนวคิดทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะการลงทุนและกำไรเข้าไปในท้องถิ่นจึงไม่อาจเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างผู้มาเยือน สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และเจ้าของบ้านได้เลย

4. **มิติด้านจังหวะเวลาที่เหมาะสม (Tempo)** การท่องเที่ยวแบบเน้น شأنต้องให้ความสำคัญต่อจังหวะเวลาในการพัฒนาที่ไม่เร่งรีบจนเกินไป ทั้งในด้านเจ้าของบ้านที่ต้องผ่านขั้นตอนการเรียนรู้ การวิเคราะห์ วางแผน การเตรียมความพร้อม การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การจ้างงาน ฯลฯ ก่อนการจัดการท่องเที่ยว ขณะที่ต้องไม่ละเลยกระบวนการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น

5. **มิติด้านระยะเวลา (Length)** เนื่องด้วยการท่องเที่ยวแบบเน้น شأنไม่ใช่เพียงการจี๋ ซ้อป (Shop) แชท (Chat) ชิม แซะ และ แชร์ (Share) ซึ่งเกิดขึ้นอย่างฉาบฉวย แต่ต้องอาศัยระยะเวลาเรียนรู้อย่างมีคุณค่าระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้าน

6. **มิติด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotion)** เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบเน้น شأنเน้นการสร้าง ความทรงจำ ประสบการณ์ ตลอดจนความรู้สึกที่ดีที่มีต่อกัน ระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้าน ผู้มาเยือนกับคนในท้องถิ่น และระหว่างผู้มาเยือนด้วยกันเอง นอกจากนี้ Janet Dickinson และ Leslie Lumsdon (2010) ยังได้นำเสนอความหมายของการท่องเที่ยวแบบเน้น شأن จากมุมมองของท้องถิ่นในฐานะของอุปทานทางการท่องเที่ยว ได้แก่

1. การท่องเที่ยวแบบเน้น شأنเป็นการค้นหาสิ่งที่ใกล้ตัวหรือใกล้บ้านมากที่สุด
2. การท่องเที่ยวแบบเน้น شأنให้ความสำคัญกับการเดินทางแบบช้า ๆ โดยใช้ยานพาหนะในท้องถิ่น ดังนั้นยังใช้ยานพาหนะที่มีความเร็วมากเท่าใด ก็จะทำลายความสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้านเร็วมากขึ้นเท่านั้น
3. ความสุขของการท่องเที่ยวแบบเน้น شأنอยู่ที่การเดินทาง

4. การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมกันของธุรกิจการค้าในระบบตลาดขนาดใหญ่กับร้านค้าขนาดเล็กในท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวสามารถใช้ชีวิตที่เนิบช้าอย่างมีความสุขในพื้นที่ต่างๆ ของตัวเมืองหรือชุมชน

6. การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้ความสำคัญกับการแสดงความรู้สึกผ่านการแลกเปลี่ยนพูดคุยกัน

7. นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์อย่างเหมาะสมกับคนในชุมชน เช่น การแต่งกายที่เหมาะสม การเคารพวัฒนธรรมชุมชน ตลอดจนการระมัดระวังไม่สร้างความเสียหายให้เกิดขึ้นในชุมชน เป็นต้น

8. นักท่องเที่ยวพึงกระทำตนเสมือนคนในท้องถิ่น เช่น รับประทานอาหารตามเวลาของคนในท้องถิ่นและในร้านอาหารแบบท้องถิ่น การเดินชมตัวเมือง ฯลฯ

9. นักท่องเที่ยวไม่ควรคาดหวังใดๆ จากการเดินทางนอกจากการเรียนรู้ประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ

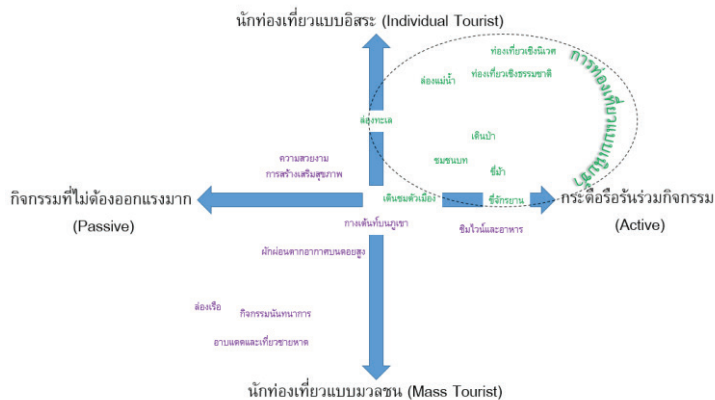
10. นักท่องเที่ยวหาหนทางแลกเปลี่ยนกับคนในท้องถิ่น

ในอีกโสดหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ายังมีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ อีกด้วย อาทิ เกี่ยวพันกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) ในประเด็นการต่อต้านการบริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวจนเกินความพอดีของการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mainstream tourism) หรือการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) ขณะเดียวกันยังเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อลดความยากจน (Pro-poor tourism) เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าไม่เพียงแต่จะสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างลุ่มลึกเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อการบริโภคสินค้าท้องถิ่นจากร้านค้าของคนในท้องถิ่น ซึ่งทำให้คนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้น (Dickinson and Lumsdon, 2010) อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องพันกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism : CBT) จากการสนับสนุนกิจกรรมที่คนในท้องถิ่นดำเนินการ เช่น การเป็นมัคคุเทศก์ในท้องถิ่น การพำนักโฮมสเตย์ (Homestay) ของคนในชุมชน การรับประทานอาหารท้องถิ่น ฯลฯ

ในศาสตร์ทางมานุษยวิทยา ยังได้อธิบายถึงความเกี่ยวพันระหว่างการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ากับการก่อให้เกิดสำนึกโหยหาอดีต (Nostalgia) โดยเฉพาะอย่างยิ่งโฆษณาการท่องเที่ยวที่สามารถสื่อสารให้คนโหยหาอดีตจากเดิมที่อยู่ในสังคมเร่งรีบและแข่งขัน เช่น ความเป็นชนบท (Rural) การใช้ชีวิตแบบเนิบช้า (Slow) อันนับเป็นการสร้างวัฒนธรรมของความเป็นชนบทอย่างหนึ่ง และเป็นส่วนสำคัญของการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับชนบทในรูปแบบการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism) ตามจินตนาการที่ตนเองโหยหาอีกด้วย

ประเภทของการท่องเที่ยวแบบเหิบบ้าง

อาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจึงมีความหลากหลาย
 ขึ้นอยู่กับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ จำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากแผนภูมิ
 ของ Stefano Dall'Aglio (2011)



แผนภูมิที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า
(ที่มา: Dall'Aglio, 2011)

จากแผนภูมิข้างต้น จะเห็นลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าได้ประการหนึ่งคือ การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเป็นการท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในระดับปัจเจกบุคคล (Individual) มากกว่าการเป็นกลุ่มใหญ่ (Mass) ขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับการร่วมกิจกรรม (Active) ของนักท่องเที่ยวมากกว่าการอยู่และมองดู (Passive) เพียงอย่างเดียว ดังนั้นจึงมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหลายกิจกรรม ทั้งที่อยู่ในธรรมชาติ ชนบท การเดินป่า การขี่ม้า การปั่นจักรยาน การล่องแพ เป็นต้น

รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (ราณี อธิชัยกุล, 2557 ; Buiatti, 2011; Heitmann and Others, 2011; Dickinson and Lumsdon, 2010; Lipman and Murphy, 2012; Tresidder, 2011 และโครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, 2556) ประกอบไปด้วย

1. การร่วมวิถีชีวิตกับชุมชนท้องถิ่นหรือชนเผ่าชน การใช้ชีวิตริมน้ำ การใช้ชีวิตบนพื้นที่สูง หรือการใช้ชีวิตในชนบท เป็นต้น
2. การร่วมเทศกาลประเพณีท้องถิ่นเช่น การร่วมเทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง ฯลฯ ซึ่งแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน
3. การชมสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรมที่ไร้ความเร่งรีบ เป็นการซึมซับความงดงามของสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม อาคาร บ้านเรือน วัดวัง ที่กลมกลืนกันกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างไม่เร่งรีบ
4. การเดินเท้าเพื่อการท่องเที่ยว (Walking tourism) ทั้งการเที่ยวชมธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในอุทยานประวัติศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความแข็งแรงของร่างกายควบคู่ไปกับการชมทิวทัศน์หรือสถานที่ท่องเที่ยว
5. การขี่จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว (Cycling tourism) มีทั้งการขี่จักรยานโดยทั่วไปตามเส้นทางจักรยานในตัวเมืองเพื่อชมทิวทัศน์สองข้างทาง การขี่จักรยานเสือภูเขา ตลอดจนการขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น
6. การเดินทางโดยรถไฟเพื่อการท่องเที่ยว (Train tourism) ทั้งที่เป็นเส้นทางเฉพาะของการท่องเที่ยว หรือเส้นทางคมนาคมโดยทั่วไป โดยกิจกรรมนี้จะ

เป็นการใช้เวลาเดินทางผ่านสถานีรถไฟ อุโมงค์รถไฟ รางรถไฟที่ต่างระดับ การสนทนากับผู้โดยสาร และการชมทิวทัศน์สองข้างทาง ทั้งนี้การเดินทางโดยรถไฟยังช่วยลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Low-carbon) ได้อีกด้วย

7. การเดินทางโดยรถประจำทาง (**Bus and Coach tourism**) ในด้านการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าแล้ว การท่องเที่ยวโดยการไ้รถประจำทางเป็นยานพาหนะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในตัวเมืองหรือแหล่งโบราณสถาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถชมทิวทัศน์ได้โดยรอบ และสามารถแวะจอดตามจุดสำคัญต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสัมผัสบรรยากาศและจับจ่ายใช้สอยสินค้าท้องถิ่นได้ระหว่างทาง อันเป็นการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง

8. การเดินทางทางน้ำ (**Water-based travel**) เช่น การล่องเรือแคนู (Canoes) การนั่งเรือเฟอร์รี (Ferries) เรือสำราญ (Cruises) จนกระทั่งการโดยสารบนเรือพาณิชย์ (Commercial shipping) ซึ่งพบว่าไม่เพียงแต่จะใช้ระยะเวลานานเท่านั้น ตายังนำไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นยามเมื่อมีการแวะจอดตามท่าเรือต่าง ๆ หรือในกรณีการล่องเรือแคนูนักท่องเที่ยวยังได้รับประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมกับคนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนยังเป็นการท่องเที่ยวช่วยลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Low-carbon) ได้อีกทางหนึ่ง

9. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (**Food tourism**) หรืออีกชื่อหนึ่งได้แก่การท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบเนิบช้า (Slow food tourism) โดยนักท่องเที่ยวมิได้มาเที่ยวชมและชิมอาหารเท่านั้น หากแต่ยังต้องใช้เวลาเพื่อเรียนรู้กรรมวิธีการปรุงอาหาร “อย่างช้าๆ และไม่เร่งรีบ” ตามชนบทประเพณีท้องถิ่นและชิมอาหารที่ตนเองปรุง อันเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำอาหารในท้องถิ่น

10. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (**Agrotourism**) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในฟาร์มเกษตรอินทรีย์ (Organic farm) ซึ่งนักท่องเที่ยวสมมติตนเองให้เป็นเกษตรกรทำงานในฟาร์ม นับตั้งแต่ปลูกพืชผัก จนกระทั่งเก็บผลผลิตมาปรุงเป็นอาหาร และสามารถเลือกซื้อผลผลิตในฟาร์มเกษตรอินทรีย์กลับไปได้อีกด้วย

11. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) เน้นหนักการดูแลสุขภาพและเสริมสร้างสุขภาพควบคู่ไปกับการทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการพักผ่อนหย่อนใจและการทำให้สุขภาพดีจากการเปลี่ยนบรรยากาศ เช่น สปา (Spa) การสูดอากาศบริสุทธิ์หรือรับแสงแดดตามชายทะเล การทำโยคะ (Yoga) และขยายไปสู่เรื่องของความงามและการรักษาผิวพรรณในคริสต์ศตวรรษที่ 20 เพื่อตอบสนองชนชั้นกลางที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นและต้องใช้ชีวิตอยู่กับมลภาวะต่าง ๆ ในตัวเมือง

12. การท่องเที่ยวในตัวเมือง (Urban tourism) เป็นการที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในการพักผ่อนในตัวเมืองด้วยกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การสัมผัสกับอากาศบริสุทธิ์และไม่มีมลพิษในตัวเมือง การนั่งรถชมตัวเมืองด้วยระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ การเลือกชิมและซื้อผลิตภัณฑ์อาหารปลอดสารพิษ แม้กระทั่งการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการพบปะพูดคุยกับคนในตัวเมืองหรือเยี่ยมชมโรงเรียนซึ่งกิจกรรมดังกล่าวต้องอาศัยระยะเวลามากกว่าที่จะชมตัวอย่างฉาบฉวยด้วยระยะเวลาจำกัดเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับประสบการณ์ความสัมพันธ์กันระหว่างคน (People) และแหล่งท่องเที่ยว (Place) กับการใช้ชีวิต (Life) ในตัวเมืองนั่นเอง

13. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) เป็นการให้ความสนใจวิถีชีวิตสามัญ (Everyday culture) ของคนในท้องถิ่นเช่น ร้านอาหารพื้นถิ่น ตลาด บ้านเรือน ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมใน "ชีวิตจริง" และทำให้มีกิจกรรมที่สามารถใช้ชีวิตในแหล่งท่องเที่ยวได้ยาวนานขึ้น เช่น การทดลองปั้นเครื่องปั้นดินเผาด้วยตนเอง การเรียนรู้กระบวนการทอผ้าและจักสาน หรือการเรียนรู้การวาดภาพจิตรกรรมแบบพื้นเมือง เป็นต้น

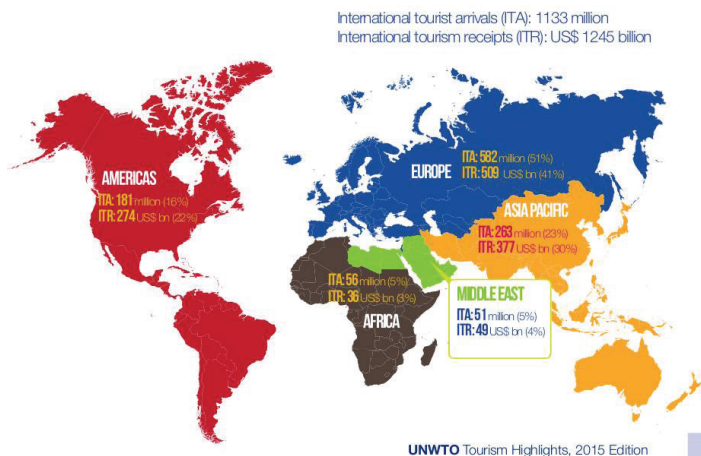
กระแสความนิยม (Trends) ของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

ในปัจจุบัน กระแสความนิยมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าได้แผ่ขยายไปทั่วทุกมุมโลก และได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้มีได้เป็นเพียงเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่เป็นกิจกรรมใหม่หรือแปลกไปจากที่นักท่องเที่ยวเคยพบเห็น (Exotics) เท่านั้น แต่ยังได้ส่งผลอย่างเป็นรูปธรรมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นอีกด้วย

Benjamin F. Timms และ Dennis Conway (2012) ได้กล่าวถึงผลที่เกิดจากการจัดการการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าบริเวณหมู่เกาะแคริบเบียน (Caribbean) โดยคนในท้องถิ่นเอง ซึ่งพบว่าเป็นการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นในระดับพหุคูณ (Multipliers) นับตั้งแต่รายได้จากการเปิดโอกาสให้ชุมชนเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปันผลกำไรบางส่วนกลับมาดูแลแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคนในท้องถิ่นมีรายได้การเป็นเจ้าของร้านอาหาร เจ้าของที่พัก และจัดบริการนำเที่ยวได้ด้วยตัวเองโดยไม่ต้องพึ่งกลุ่มทุนภายนอก แม้แต่ชาวประมงท้องถิ่นก็ยังมีรายได้จากการจำหน่ายของทะเลเพื่อเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารแก่นักท่องเที่ยว อันสะท้อนให้เห็นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ตกอยู่ในกลุ่มท้องถิ่นนั่นเอง

การที่การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าส่งผลอย่างเป็นรูปธรรมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นเองเมื่อหันกลับมามองกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (Asia Pacific) แล้ว พบว่ากลุ่มประเทศดังกล่าวได้มีความพยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหลัก ทั้งนี้ไม่น่าแปลกใจนักเมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวและมูลค่าจากการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ในปี พ.ศ. 2557 (ค.ศ. 2014) พบว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากถึง 263 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนนักท่องเที่ยวโลก และสร้างมูลค่าจากการท่องเที่ยวถึง 377 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 30 ของมูลค่าการท่องเที่ยวทั่วโลก เป็นรองเพียงทวีปยุโรปที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 582 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 51 และมีมูลค่าจากการท่องเที่ยว 509 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 41 เท่านั้น (Africa this time, 2015)

ด้วยเหตุนี้เมื่อเปรียบเทียบในเชิงจำนวนความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวและมูลค่าจากการท่องเที่ยว ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนับว่ามีศักยภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าอย่างยิ่ง ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวและมูลค่าจากการท่องเที่ยวทั่วโลก

โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก

ที่มา: Africa this time, 2015

ขณะเดียวกัน ความสนใจของบรรดาประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ยังเห็นได้จากการพิจารณากรณีศึกษาของประเทศในภูมิภาค ดังต่อไปนี้

ในกรณีประเทศญี่ปุ่น การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า หรือที่ญี่ปุ่นเรียกว่า Slow life tourism เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2550 (ค.ศ. 2007) จนกระทั่งกลายเป็นรูปแบบทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่นเอง (Yongtanavanich, 2014) ตัวอย่างของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในประเทศญี่ปุ่นเห็นได้จากการส่งเสริมท่องเที่ยวชมตัวเมืองในกรุงโตเกียวโดยทางรถไฟ ในลักษณะการเดินทางโดยรถไฟเพื่อการท่องเที่ยว (Train tourism) ตามเส้นทางสาย Odakyu เพื่อเที่ยวชมเมือง Kino-Kitazawa ซึ่งเป็นเมืองแนววัยรุ่น (Youth Culture) และมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ตลอดจนการเที่ยวชมชายหาด Sagami ที่หมู่เกาะ Enoshima โดยใช้ระยะเวลา 2 วัน 1 คืน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถแวะชมร้านจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น รับประทานอาหารตามร้านหรือสถานที่รถไฟแวะพัก ตลอดจนสัมผัสวิถีชีวิตชาวเมืองของซานกรุงโตเกียวได้อีกด้วย (Odakyu Electric Railway, 2014)

ประเทศมาเลเซียนับเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในรูปแบบการเดินทางโดยรถไฟหรือที่เรียกเป็นภาษาท้องถิ่นว่า Keretapi Tanah Melayu เพื่อการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน โดยเจาะจงแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้าน Klang Valley อันเป็นพื้นที่ชนบทที่ยังไม่กลายเป็นสังคมเมืองตั้งอยู่บริเวณพื้นที่คาบสมุทรของประเทศ (Peninsular Malaysia) โดยมีวัตถุประสงค์หลักได้แก่การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถไฟเพื่อพัฒนาพื้นที่ชนบทและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีเกษตรกรรมของชาวมาเลเซียในท้องถิ่นให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือน ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากการโดยสารรถไฟจึงได้แก่การพำนักโฮมสเตย์ของคนในท้องถิ่น และการร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้านอีกด้วย (Noor, Nair and Mura, 2014)

สำหรับในประเทศไทยแล้ว ความสนใจการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ายังได้ขยายไปสู่การเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวอีกด้วย เห็นได้จากงานวิจัยของสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2554) เรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ” ซึ่งนิยามนักท่องเที่ยวสูงอายุว่าได้แก่ผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่จะมาท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในภาคเหนือตอนบนประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่และน่าน แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำปาง พะเยา และเชียงราย แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศิลปกรรม ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ น่าน ลำปาง เชียงราย และพะเยา และแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชุมชน ประเพณี และวัฒนธรรม ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย แพร่ ลำปาง และลำพูน

อาจกล่าวได้ว่า ตลอดทศวรรษนี้ กระแสการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเติบโตอย่างรวดเร็วและสวนทางกับความหมายของคำว่า Slow อย่างยิ่งทั้งนี้อาจเห็นได้ว่าในแต่ละประเทศล้วนอธิบายความหมายการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าผ่านมุมมองและการตีความที่แตกต่างกัน อันก่อให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่เพียงแต่รูปแบบเท่านั้น แต่หมายรวมถึงกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายประการหนึ่ง

แนวคิดแห่งความเนิบช้า: แนวคิดใหม่ในการพัฒนา

อย่างไรก็ดี ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา กระแสการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเองได้ถูกวิพากษ์อย่างหนักหน่วงว่าเป็นเพียงกระแสอันฉาบฉวยของชนชั้นกลางที่สร้างขึ้นมา “...เพื่อจัดความรู้สึกผิด และสร้างความชอบธรรมให้ตัวเอง...” (กวิสรา ผันนภานุกุล, 2558) จากชีวิตในโลกของความเป็นจริงที่เร่งรีบขวบขวาย และทะเยอทะยานเพื่อสร้างความทันสมัยให้แก่ตนเองในพื้นที่ต่าง ๆ ตามกระแสโลก แต่เมื่อหากพิจารณารายละเอียดของแนวคิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าแล้วจะพบว่าเป็นการแก้ปัญหาการพัฒนาที่เร่งรีบจนกระทั่งขาดความรอบคอบซึ่งก่อให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมแก่ท้องถิ่น โดยนัยนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจึงมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาที่ยั่งยืนที่อาจผ่อนคลายความทะเยอทะยานเพื่อสร้างความทันสมัยที่เข้มแข็งอยู่มากกว่า

นอกจากนี้ สำหรับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในประเทศไทย เรายังอาจพบกระแสนิยมที่เพิ่มมากขึ้นในสองลักษณะด้วยกัน กล่าวคือ ลักษณะของการเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism: CBT) ซึ่งคนในชุมชนสามารถบริหารจัดการ “ความเนิบช้า” ที่แตกต่างกันตามบริบทของชุมชน อันเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างพลังชุมชน (Community empowerment) เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ขณะที่อีกด้านหนึ่งของกระแสนิยมความเนิบช้ากลับเป็นการสร้างสินค้าใหม่ (New commodity) ที่เรียกว่าสินค้าแห่งความเนิบช้าเพื่อตอบสนองชนชั้นกลางด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากกรณีการประดิษฐ์สร้าง (Inventing) สินค้าทางการท่องเที่ยว อาทิ การประดิษฐ์ประเพณี การสร้างตลาดน้ำและตลาดโบราณ การจำลองชุมชนโบราณ หรือแม้แต่การทำให้ชุมชนที่มีประวัติศาสตร์เก่าแก่ให้กลายเป็นเพียงสวนสาธารณะ เป็นต้น ไม่เพียงแต่การการประดิษฐ์สร้างดังกล่าวจะนำมาซึ่งการไร้ชีวิตชีวา (Lifeless) ของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังขาดความของแท้ (Authenticity) เพียงเพื่อสร้างและแสดงความเนิบช้าให้นักท่องเที่ยวชนชั้นกลางมาเที่ยวชมและจากไปอันขัดต่อความหมายของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าดังกล่าวข้างต้นอีกด้วย

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในอนาคต จึงควรอยู่ในประเด็นการปรับแนวคิด (Concept) ของตนเอง ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยว เจ้าของบ้าน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สู่แนวคิดแห่ง “ความเนิบช้า (Slow)” (ชลตรงค์ ทองสง, 2558; ราณี อธิชัยกุล, 2557 และ Dickinson and Lumsdon, 2010) ประกอบไปด้วยหลักการต่าง ๆ ดังนี้

1. **Slow cost** เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) โดยทั่วไปมีต้นทุนที่สูง หลายครั้งเกิดการใช้ต้นทุนเกินความจำเป็น โดยที่ต้นทุนดังกล่าวมีได้จำกัด แต่เพียงรูปแบบตัวเงินเท่านั้น แต่ยักรวมถึงต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมอีกด้วย ดังนั้นเมื่อทุกสิ่งถูกดำเนินการภายใต้ความเนิ่นช้า ไม่เร่งรีบ จนเกินพอดี ต้นทุนที่จะถูกใช้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจะลดลง ซึ่งหมายถึงการเกิดความยั่งยืนที่เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

2. **Slow activity** ได้แก่การประกอบกิจกรรมที่ไม่เร่งรีบจนเกินไป แต่ใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งยาวนานมากขึ้น จนกระทั่งอาจมีการพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวเอง แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ใช่พละกำลังหรือไม่มีความเสี่ยงมากนัก แต่มุ่งเน้นการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ เช่น การนวดเพื่อสุขภาพ โยคะ ทำสมาธิ การเรียนทำกับข้าว การทดลองทำเครื่องปั้นดินเผา ฯลฯ

3. **Slow behavior** หมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งโดยทั่วไปนักท่องเที่ยวนิยมการบริโภคสินค้าและบริการที่สะดวก รวดเร็ว หาได้ง่าย และราคาไม่สูงมาก เช่น การบริโภคอาหารจานด่วน (Fast food) ซึ่งปรุงได้รวดเร็ว ไม่ต้องพิถีพิถันกับวัตถุดิบที่ใช้ และผลิตจำนวนมากเพื่อให้ราคาถูกลงหรือพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริโภคสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วทันใจเป็นต้น จนบางครั้งกลายเป็นพฤติกรรมที่ไม่ส่งผลดีทั้งต่อตนเองและสังคม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคให้ช้าลง ควบคู่กับการคิดให้มากขึ้นจึงอาจช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้

4. **Slow logistic** ได้แก่ การเดินทางที่ไม่ต้องเร่งรีบจนเกินไป มีความปลอดภัยในการเดินทางทั้งในด้านเส้นทางและยานพาหนะ อีกทั้งเป็นการขนส่งที่ลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Low-carbon) ทั้งนี้อาจใช้การเดินทางที่เป็นหลักก็ได้

5. **Slow food** ได้แก่ การประกอบอาหารที่ประณีตมีคุณภาพสดสะอาด ปลอดภัยและเลือกใช้พืชผักผลไม้ที่มีความปลอดภัยจากสารพิษ

6. **Slow stay** ได้แก่ การพักค้างแรมในท้องถิ่นมากกว่า 1 คืนโดยไม่เร่งรีบที่จะเดินทางต่อไปที่อื่น แต่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนและร่วมกิจกรรมทั้งในพื้นที่ธรรมชาติหรือชุมชนท้องถิ่น

7. **Slow place/city** เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนที่มีความสงบ เรียบง่าย และยังคงความเป็นธรรมชาติค่อนข้างสูง คนในท้องถิ่นยังคงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มีอัตราชัยไมตรี ตลอดจนรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมได้อย่างสมบูรณ์

8. **Slow niche market** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบตลาดการท่องเที่ยวจากเดิมที่เป็นตลาดเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourists) ในลักษณะรายการนำเที่ยวแบบเหมารวม (Package tour) ธุรกิจที่ครองตลาดดังกล่าวจึงต้องเป็นธุรกิจขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมและรวดเร็วกว่า ขณะที่การท่องเที่ยวแบบเน้นรายได้ก่อให้เกิดตลาดเฉพาะ (Niche market) ซึ่งเกิดโอกาสสำหรับธุรกิจท้องถิ่นที่มีขนาดกลางจนถึงขนาดเล็กเข้ามามีส่วนแบ่งมากขึ้น และรูปแบบของตลาดเปลี่ยนไปสู่การสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างยั่งยืนกับลูกค้ากลุ่มเฉพาะด้วยการพูดคุยและเปลี่ยนกัน เพื่อให้เกิดการครองตลาดอย่างยั่งยืนมากกว่ารูปแบบตลาดปกติ

9. **Slow money** คือ การใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวอย่างไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวนิยมใช้จ่ายในสิ่งที่ควรจ่ายไม่มีความฟุ่มเฟือย ขณะที่ธุรกิจในพื้นที่ก็ไม่หวังประโยชน์จากนักท่องเที่ยวจนมากเกินไป และผลประโยชน์จากการใช้จ่ายควรกระจายไปสู่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ดังนั้นสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะซื้อจึงควรเป็นสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นนั่นเอง

10. **Slow development** หรือ Slow destination หมายถึง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ไม่ควรเป็นการพัฒนาที่ก้าวกระโดด แต่ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจในพื้นที่ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ของแหล่งท่องเที่ยว และมีมาตรการป้องกันหรือลดผลกระทบทางลบที่จะเกิดขึ้นจากการพัฒนา โดยความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

11. **Slow accommodation** หรือ Slowtel และ Slow Hotel หมายถึง สถานที่พักอาศัยที่มีความสงบ สะอาด ปลอดภัย และอยู่ห่างจากมลพิษ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นที่พักที่หรูหราแต่มีความเรียบง่าย มีสภาพแวดล้อมท่ามกลางธรรมชาติหรือท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและก่อให้เกิดการสร้างงานให้แก่คนในท้องถิ่น

12. **Slow life** หรือ Slow principle เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ชีวิตท่ามกลางความสงบ ไม่เร่งรีบ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถประกอบกิจกรรมต่างๆ อย่างเนิบช้า เพื่อเป็นการผ่อนคลายทั้งด้านร่างกายและจิตใจจากสภาวะตึงเครียดจากการเร่งรีบในตัวเมือง โดยอาจร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมกับคนในท้องถิ่น หรือสัมผัสธรรมชาติในท้องถิ่น

13. **Slow energy** หมายถึง การประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงาน มีการอนุรักษ์พลังงาน ลดการใช้ทรัพยากร และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ดี การปฏิเสธแนวคิดแห่งความเร่งรีบแบบสุดขั้วก็อาจไม่เป็นผลดีมากนัก ในบางกรณีการใช้บริการที่รวดเร็วก็อาจช่วยสนับสนุนการสร้างแนวคิดแห่งความเนิบช้าได้ด้วยเช่นกัน เห็นได้จากอนาคตของแนวคิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจะไม่อาจเกิดขึ้นได้เลยหากขาดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดเป็นกลุ่มอิสระ (Foreign Independent Traveler: FIT) ที่มีสิทธิ์เลือกการบริการนับตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ได้ด้วยตนเอง อีกทั้งยังนิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดเล็ก (ราณี อธิชัยกุล, 2557) ดังนั้นจึงนิยมเลือกใช้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยว หรือแม้แต่การใช้ระบบกำหนดตำแหน่งบนโลก (Global Positioning System: GPS) เพื่อนำทางนักท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชันมากขึ้นอันเนื่องมาจากความสะดวกและรวดเร็วในการหาข้อมูล

ขณะเดียวกันเนื่องจากนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้ความสนใจกับการสัมผัสบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยว และใช้ชีวิตในแหล่งท่องเที่ยวยาวนานมากขึ้น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นในการสื่อความหมาย (Interpretation) ในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีความหลากหลายทั้งรูปแบบการนำเสนอและภาษาจึงมีความจำเป็นเพื่อตึงนักท่องเที่ยวมิให้เป็นเพียงตามกระแสนิยมของชนชั้นกลางเท่านั้น

อาจไม่ผิดที่จะกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจึงนับเป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยว (Alternative tourism) ที่จะนำไปสู่การเป็นทางเลือกของการพัฒนา (Alternative development) อย่างยั่งยืนในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กวิสรา ผันพานุกุล. 2558. สโลว์ไลฟ์อะไรกันหนักหนา? ว่าด้วยเถียงนาห้อยใน
ประเทศกำลังพัฒนากับปรัชญาสโลว์ดาวน. http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1435557561. 18 กุมภาพันธ์ 2559.
- โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. 2556. องค์ความรู้เกี่ยวกับการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism). ปทุมธานี: คณะสังคมวิทยา
และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนินทร์ อยู่เพชร. 2555. “การเติบโตอย่างรวดเร็วของ Slow Tourism”. **Tourism and Hospitality Management Quarterly Review**. 5: 5-6.
- ชลดรงค์ ทองสง. 2558. “แนวคิดการพัฒนา Slow Tourism ในประเทศไทย”.
วิทยการวิจัยและวิทยาการปัญหา. 12(2): 1-12.
- บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข. 2558. ยล เยี่ยม เยือน เหยา: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วย
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. พิษณุโลก: รัตนสุวรรณการพิมพ์.
- ราณี อิศัยกุล. 2557. การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2554. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน
ภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ.
เชียงใหม่: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- Africa this time. 2015. **World Tourism Organization 2014 stats – small growth in Africa**. <https://africathistime.wordpress.com/2015/07/19/world-tourism-organization-2014-stats-small-growth-in-africa/>. 3 January 2016.
- Buiatti, S. 2011. “Food and tourism: the role of the “Slow Food” association”.
In **Food, Agri-Culture, and Tourism: Linking local gas tro no my and rural tourism: interdisciplinary perspectives**. USA: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

- Dall'Aglio, S. 2011. **Slow Tourism Seminar**. http://www.tnp.si/images/1_stefano_dall_aglio.pdf. 3 January.
- Dickinson, Janet and Leslie, L. 2010. **Slow Travel and Tourism**. UK: Earthscan Ltd.
- Fullagar, S. Kevin M. and Erica W. 2012. **Slow Tourism: Experiences and Mobilities**. UK: Techset Composition Ltd.
- Heitmann, S. Peter R, S. and Ghislaine, P. 2011. "Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism". In **Research Themes for Tourism**. UK : MPG Books Group.
- Lipman, Margo, B. and Laurie, M. 2012. " 'Make Haste Slowly': Environmental Sustainability and Willing Workers on Organic Farms." In **Slow Tourism: Experiences and Mobilities**. UK: Techset Com position.
- Noor, F, A, M; Vikneswaran, N and Paolo, M. 2014. **Rail travel: Conceptualizing a study on slow tourism approaches in sustaining rural development**. SHS Web of Conferences 2014, Malaysia.
- Odakyu Electric Railway Co.,Ltd. 2014. **Slow life tourism**. [http://www. Odak yu.jp/english/course/slowlife/](http://www.odakyu.jp/english/course/slowlife/). 3 January 2016.
- Popham, P. 2009. "Carlo Petrini: The Slow Food gourmet who started a revolution". In **Independent**. <http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/carlo-petrini-the-slow-food-gourmet-who-started-a-revolution-1837223.html>. 17 June.
- Richards, G. and Julie, W. 2007. "Tourism development trajectories : From culture to creativity?". In **Tourism, Creativity and Development**. USA: Routledge.
- Ritzer, G. 1998. **The McDonaldization Thesis: Explorations and Extensions**. UK: Biddies.

- Slow Travel Berlin. 2016. **About**. <http://www.slowtravelberlin.com/about/>. 3 January.
- Svärd, V. 2013. **Features of Slow Philosophy in Kajaani: Slow Tourism as a Tool in Destination Development in the Land of Hunger**. Bachelor Thesis, Lapland University of Applied Sciences.
- Timms, F. and Dennis, C. 2012. "Slow Tourism at the Caribbean's Geographical Margins". **Tourism Geographies**. 14(3) : 396-418.
- Tresidder, R. 2011. "Health and Medical Tourism". In **Research Themes for Tourism**. UK: MPG Books Group.
- Yongtanavanich, Thanya. 2014. **Slow Tourism in Japan: An Exploration of Definitions**. Master Thesis, Ritsumeikan Asia Pacific University.