

การสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

วันที่รับบทความ: 4 กุมภาพันธ์ 2565 / วันที่แก้ไขบทความ: 25 กรกฎาคม 2565 / วันที่ตอบรับบทความ: 20 กันยายน 2565

ฐิตินัน บ. คอมมอน

บทคัดย่อ

บทความวิชาการชิ้นนี้เป็นการสังเคราะห์บทเรียนจากโครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” ซึ่งเป็นโครงการศึกษาพัฒนาที่ผสมผสานการศึกษาเชิงสำรวจกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและเชิงคุณภาพโดยกระบวนการกลุ่มกับชุมชนท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้ใช้การออกแบบและผลิตสื่อสร้างสรรค์ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ และคลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้ มาเป็นเครื่องมือในกระบวนการทำงาน จากการสังเคราะห์บทเรียนการทำงานพบว่า สื่อและการสื่อสารมีบทบาทในการสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักเดินทาง อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือและพื้นที่ในการสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนท่องเที่ยว โดยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและกลุ่มเพื่อน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับภาพประกอบที่ดึงดูดใจและเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์จากสื่อ ด้านชุมชนท่องเที่ยวให้ความสนใจกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเห็นคุณค่าในการสร้างเศรษฐกิจของชุมชน นอกจากนี้ยังเห็นว่าสื่อสร้างสรรค์ที่โครงการได้ออกแบบจัดทำขึ้นสามารถสร้างการเรียนรู้และแรงบันดาลใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เรื่องเล่าในสื่อสร้างสรรค์ยังมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ชุมชนหันมามองเห็นทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของตนเอง โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมศักยภาพของชุมชน อาทิ ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างทักษะการสื่อสาร ทักษะการเล่าเรื่อง และทักษะการใช้สื่อในการเล่าเรื่องเพื่อเสริมพลังและศักยภาพให้ชุมชน รวมทั้งสร้างพลเมืองที่สร้างสรรค์อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีความสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำสำคัญ: เรื่องเล่า, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การพัฒนาการท่องเที่ยว, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, พลเมืองสร้างสรรค์

ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ธัมเบรีย สหราชอาณาจักร 2550 อีเมล Thitinan.bo@chula.ac.th ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นการสังเคราะห์ความรู้ส่วนหนึ่งจากโครงการย่อย “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” ภายใต้โครงการใหญ่ “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ของสถาบันเอเชียศึกษา โดยได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนศตวรรษที่สอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Communication for Learning and Developing Creative Tourism

Received: February 4, 2022 / Received in revised form: July 25, 2022 / Accepted: September 20, 2022

Thitinan Boonpap Common

Abstract

This article is a synthesis of the project, “Communication Design for Sustainable Learning and Developing of Creative Tourism”. The project is conducted with a mixed method, using quantitative survey with Thai tourists and group discussion with the tourism community. Creative media such as websites, Facebook fan pages, and video clips are also designed and created as a tool for learning materials in the process of research and development. The study found that media and communication play a role in creating learning about creative tourism. It is a channel for seeking travel information for travelers. It can also be used as a tool and space to create learning about creative tourism among the tourism community. Most tourists prefer to travel with family and friends. Social media and websites are used as a means of seeking tourism information. Emphasis is placed on attractive illustrations and useful content from the media. As for the tourism communities, they pay attention to the concept of creative tourism and see the value in building the community's economy. It is also seen that the creative media that the project has designed and created can create learning and inspiration in the development of creative tourism. Stories in creative media also help encourage communities to see their own natural resources and culture. The development of creative tourism must focus on promoting the potential of the community, such as building creative citizen with communication skills, creativity, storytelling skills, and media skills in storytelling. This can enhance community empowerment which will lead to the development of sustainable creative tourism in the context of creative economy.

Keywords: Storytelling, Creative Tourism, Tourism Development, Creative Economy, Creative Citizen

Thitinan Boonpap Common (Doctor of Philosophy, Northumbria University, 2007, Thitinan.bo@chula.ac.th) Current position: Assistant Professor at the Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University)

This article is a synthesis of the project, “Communication Design for Sustainable Learning and Developing of Creative Tourism” under the theme of the main project, “Developing Creative Tourism” by the Institute of Asian Studies. The project is funded by the second century research fund, Chulalongkorn University

บทนำ

การท่องเที่ยว คือ กิจกรรมทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ที่เป็นการเคลื่อนย้ายของผู้คนหรือนักเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งมีลักษณะองค์ประกอบแวดล้อมที่แตกต่างออกไปจากแบบที่เป็นอยู่เดิมของนักเดินทาง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวมีได้ทั้งจุดมุ่งหมายส่วนบุคคลและจุดมุ่งหมายทางธุรกิจ การท่องเที่ยวไม่ได้นำมาซึ่งมูลค่าและรายได้ทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากยังเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เปิดโลกแห่งความคิดสร้างสรรค์ร่วมกันระหว่างนักเดินทางและเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว

ประสบการณ์ท่องเที่ยวมักได้รับการมองว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประเทศ แต่สิ่งที่ไม่อาจมองข้ามไปได้คือความจริงที่ว่า การท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์บันเทิงและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สร้างพื้นที่ในการเรียนรู้ เปิดโลกความคิดและการแลกเปลี่ยนกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของชุมชนท่องเที่ยว โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะที่เน้นการสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้เยี่ยมชมและเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานั้น สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นกระบวนการทัศนการท่องเที่ยวที่ได้รับการกล่าวถึงและนำมาใช้อย่างแพร่หลายตั้งแต่ในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 ต่อเนื่องจนปัจจุบัน โดยสื่อและการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างปฏิสัมพันธ์ รวมทั้งยังมีพลังในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้

โครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” เป็นโครงการศึกษาพัฒนาภายใต้ โครงการใหญ่ “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” โดยสถาบันเอเชียศึกษา ซึ่งได้รับการสนับสนุนโดย กองทุนศตวรรษที่สอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โครงการดังกล่าวนี้มีจุดมุ่งหมายในการสร้างพื้นที่การสื่อสารระหว่างชุมชน นักท่องเที่ยว

และสาธารณะ เพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยบทความทางวิชาการชิ้นนี้เป็นการสังเคราะห์บทเรียนบางส่วนของการทำงานจากโครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” เพื่อถอดองค์ความรู้เป็นกรณีวิเคราะห์และพัฒนาข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารและการใช้สื่อเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีแนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์

บทความวิชาการชิ้นนี้จัดแบ่งการนำเสนอออกเป็นประเด็นต่าง ๆ โดยในส่วนแรกเป็นการอธิบายถึงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นการพัฒนาตัวบุคคลในฐานะนักสร้างสรรค์ บทบาทของความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาพลเมืองที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Citizen) จากนั้นจึงเป็นการสังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากการออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของโครงการ เพื่อนำไปสู่การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะจากการศึกษาต่อไป

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาโดย Greg Richards และ Crispin Raymond โดยในช่วงเวลาเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น กล่าวกันว่า การท่องเที่ยวของทั่วโลกได้รับการพัฒนาในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งเป็นการพัฒนาจินตจำกัฏของทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งได้สร้างผลกระทบในด้านที่ก่อให้เกิดการบั่นทอนทรัพยากรสังคมและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงได้รับการมองว่าเป็นแนวทางของการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรอย่างยั่งยืน อันเป็นการพัฒนาร่วมกันของทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านผู้เป็นเจ้าของชุมชนท่องเที่ยว

Greg Richards และ Crispin Raymond ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า หมายถึง “การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพของความคิดสร้างสรรค์ผ่านการลงมือปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน” (Richards & Raymond, 2000) ซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นกระบวนทัศน์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับการนำไปใช้ในประเทศต่างๆ อย่างค่อนข้างแพร่หลาย โดยองค์กรยูเนสโกได้มีการจัดการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นที่เมืองซานตาเฟ รัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา และได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่นหรือสถานที่ ผ่านประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ” (UNESCO Creative Cities Network, 2008)

ในประเทศไทยนั้น มีการรับเอาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือเรียกโดยย่อว่า อพท. ได้อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชนแต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น (อพท., 2561)

ด้านองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organisation หรือ UNWTO) ได้เคยมีการประเมินไว้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่มุ่งสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีจำนวนสูงมากขึ้นถึง 133.3 ล้านคนในปี ค.ศ. 2030 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีแนวโน้มในการแสวงหารูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ ด้วยเช่นกัน องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติยังได้กำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ด้วยกัน 3 องค์ประกอบหลัก คือ เป็นการ

ท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน เน้นการเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ และสุดท้ายคือการสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน (UNWTO, 2011)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีรายละเอียดเชิงลึกที่แตกต่างกันออกไปในการนำไปใช้จริงในแต่ละประเทศ แต่เมื่อพิจารณาถึงหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้วพบว่า คือการเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักเดินทางผู้มาเยือนและเจ้าบ้านผู้เป็นเจ้าของชุมชน ดังนั้นแล้วจึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการเปิดโอกาสให้เกิดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และสร้างการมีส่วนร่วม โดยการเอื้อให้นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้มีความคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน ในรูปแบบที่มีการเชื่อมโยงกิจกรรมที่สร้างสรรค์กับจุดหมายปลายทางที่ท่องเที่ยว ซึ่งการสื่อสารถือได้ว่ามีบทบาทในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งในด้านการเป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการเรียนรู้ของสังคมทั้งในส่วนของนักเดินทางและส่วนของเจ้าของชุมชนท่องเที่ยว โดยการสื่อสารมีบทบาทในการสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากนโยบายของรัฐบาลประเทศอังกฤษ ภายใต้การนำของพรรคแรงงานซึ่งเป็นรัฐบาลในช่วงสมัยนั้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยง ศิลปะ สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการสร้างเศรษฐกิจและพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจเพื่อการส่งออก ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรม สื่อและกีฬา ของอังกฤษ (Department of Culture, Media and Sport หรือเรียกโดยย่อว่า DCMS) ได้ให้นิยามของคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไว้ว่า หมายถึง “กิจกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และทักษะที่โดดเด่นอันมีศักยภาพในการสร้างงานและสร้าง

ความมั่งคั่ง โดยการใช้ทุนทางปัญญา และโอกาสในการเชื่อมโยง ศิลปะ สื่อ การออกแบบ มรดกทางวัฒนธรรม ในการให้บริการที่สร้างสรรค์เพื่อผลักดันให้เกิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์”

John Hartley (2005) ได้อธิบายความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นแนวคิดและแนวปฏิบัติที่หลอมรวมศิลปะในระดับความสามารถของบุคคล เข้ากับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในระดับมวลชน ในบริบทของสื่อใหม่ ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ภายใต้เศรษฐกิจฐานความรู้ใหม่ (New Knowledge Economy) ที่ใช้ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อน สำหรับการบริโภคแบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคถือเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น

เมื่อพิจารณาต้นกำเนิดของกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้วพบว่า มีที่มาจากความพยายามของกลุ่มนักวิชาการและนักวิชาชีพในการหาวิธีการเพิ่มยอดขายงานฝีมือท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว ภายใต้โครงการที่มีชื่อว่า EUROTEx ซึ่งมีเป้าหมายในการอนุรักษ์งานฝีมือท้องถิ่นโดยใช้การตลาดในการส่งเสริมประสิทธิภาพการขยายงานฝีมือ ขยายช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการสร้างอาชีพ โดย Richards (2005) ได้อธิบายไว้ว่า หนึ่งในความท้าทายของช่างฝีมือคือการสร้างความแตกต่างของงานศิลปะที่สูงค่าและทำด้วยมือออกมาจากงานสินค้าราคาถูกที่มีการผลิตแบบจำนวนมากในท้องตลาด โดยเขาได้อธิบายว่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้ชื่นชมผลงานฝีมือและมีความตระหนักถึงทักษะที่ใส่ลงไปในงานฝีมือนั้นแล้วจะทำให้ที่นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายเงินที่มากขึ้น โดย Richards และทีมวิจัยได้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและผู้ผลิตงานฝีมือแล้วค้นพบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจในกระบวนการผลิตงานฝีมือและต้องการมีส่วนร่วมในการประดิษฐ์งานฝีมือด้วยตนเอง ทีมวิจัยของเขาจึงได้ออกแบบประสบการณ์งานฝีมือที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตโดยการได้เห็นขั้นตอนการผลิตและมีการเรียนรู้ในกระบวนการผลิตนั้น ซึ่งโครงการดังที่กล่าวมานี้ได้รับการพัฒนาต่อยอดจนกลายมาเป็นแนวคิดที่ต่อมาเรียกกันว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์การยูเนสโก ได้เสนอหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ข้อ ได้แก่ 1.) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่มีความเป็นต้นฉบับและมีความแท้จริง 2.) มีจินตนาการและแรงบันดาลใจที่แสดงออกอย่างสร้างสรรค์ 3.) ประกอบด้วยความรู้และศิลปะของท้องถิ่น 4.) มีความชาญฉลาดและความเป็นนวัตกรรม และ 4.) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของท้องถิ่น (UNESCO Creative Cities Network, 2008)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามที่องค์การยูเนสโกกำหนดเกณฑ์ไว้ดังที่กล่าวมาข้างต้น มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ Richards ได้เสนอไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคุณลักษณะที่เฉพาะตัว 6 ประการ (Richards, 2011) กล่าวคือ 1.) เป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว 2.) ทักษะและประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวคือผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่สำคัญ 3.) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ 4.) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างผลิตภัณฑ์จากวิถีชีวิต 5.) นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับชุมชน 6.) ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาแนวคิดทั้งสองแนวคิดข้างต้นจะพบได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในหลายมิติ โดยประเด็นหลักที่สำคัญคือการสร้างเศรษฐกิจที่ใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อน เน้นคุณค่าของทุนวัฒนธรรมและปัญญาให้มีความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์โดยการสร้างพลเมืองที่เป็นผู้บริโภคแบบมีส่วนร่วม อันจะนำไปสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งโครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” นี้ได้ใช้ฐานความคิดดังกล่าวเป็นกรอบในการทำงาน โดยมีสื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การสร้างการเรียนรู้และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งการจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นองค์รวมและยั่งยืนได้นั้น ต้องเป็น

การพัฒนาให้นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านผู้เป็นพลเมืองที่มีความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์และพลเมืองสร้างสรรค์ (Creative Citizen)

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันเน้นการให้ความสำคัญกับการพัฒนาตัวบุคคลหรือพลเมืองให้เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Citizen) โดยคำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” หรือ “สิ่งสร้างสรรค์” ไม่ได้มีความหมายถึงเพียงแค่ชิ้นงานหรือผลผลิตใหม่ที่มีคุณค่าเท่านั้น แต่คำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” ยังหมายรวมถึง “บุคคล” ที่เป็นผู้ผลิตงานสร้างสรรค์นั้นด้วย ดังนั้นแล้ว คำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” จึงหมายถึงทั้งศักยภาพในการสร้างผลงานที่สร้างสรรค์และกิจกรรมที่ช่วยสร้างผลผลิตที่สร้างสรรค์

จากหนังสือเรื่อง Human Motivation ของ Robert E. Franken (2007) เขาได้อธิบายถึงความหมายของคำว่า ความคิดสร้างสรรค์ ไว้ว่า หมายถึง คุณลักษณะของการตระหนักได้ถึงความคิดหรือการก่อเกิดแห่งความคิดทางเลือกและความเป็นไปได้ที่ยังประโยชน์ในการแก้ปัญหาและในการสื่อสารกับผู้อื่น รวมทั้งการสร้างควมรื่นรมย์แก่ตนเองและผู้อื่น

ด้าน Robert W. Weisberg (1993) ได้อธิบายถึงความหมายของคำว่า ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ไว้ในหนังสือเรื่อง Creativity: Beyond the Myth of Genius โดยเขากล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่า ตัวอย่างเช่น อากาศยานคือการคิดค้นและนวัตกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ ยังหมายถึงบุคคลที่มีการทำงานที่สร้างสรรค์ โดยเขาได้ยกตัวอย่างของ ปิคัสโซ ซึ่งเป็นศิลปินที่มีความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นแล้ว ความคิดสร้างสรรค์ จึงหมายรวมถึง ศักยภาพในการสร้างสรรค์งานอีกด้วย และสิ่งสำคัญที่สุดคือ ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่สิ่งที่ เป็นของใหม่เท่านั้น แต่ความคิดสร้างสรรค์คือสิ่งที่ต้องมาพร้อมกับคุณค่า รวมทั้งต้องมีความเหมาะสมกับความต้องการภายใต้บริบทและสถานการณ์นั้น

ส่วนในหนังสือเรื่อง Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention ของ Mihaly Csikszentmihalyi (2013) ได้อธิบายถึงลักษณะบุคลิกของ

คนที่มีความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบ 10 ข้อได้แก่ เป็นผู้มีความมุ่งมั่น ตั้งใจ เป็นผู้ฉลาดเฉลียวแต่พร้อมเรียนรู้ เป็นผู้มีความมั่นใจและกล้าหาญซึ่งเป็นผู้ที่ทั้งมีและไม่มี ความรับผิดชอบ เป็นผู้มีความจินตนาการแต่อยู่ในโลกแห่งความจริง เป็นทั้งผู้เก็บตัวและเปิดเผยตัว เป็นผู้อ่อนน้อมถ่อมตนแต่มีความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นผู้มีความผสมผสานทั้งด้านความเป็นหญิงและความเป็นชาย เป็นผู้มีความมีอิสรภาพและมีความเป็นตัวของตัวเอง เป็นผู้มีความหลงใหลในงานของตนเองแต่มองผลงานนั้นแบบวัตถุวิสัย เป็นผู้มีความเปิดกว้างและอ่อนไหวซึ่งบางครั้งส่งผลให้ต้องพบกับทั้งความสุขสมและเจ็บปวด

เมื่อพิจารณามุมมองและแนวคิดความคิดสร้างสรรค์แล้ว กล่าวได้ว่า ในความเป็นจริงแล้วนั้นความคิดสร้างสรรค์มีองค์ประกอบและคุณลักษณะที่หลากหลาย ความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนมีติดตัว หากต้องได้รับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์นั้นให้เปล่งประกายออกมา การท่องเที่ยวสร้างสรรค์จึงไม่ใช่เป็นเพียงแค่การสร้างการเติบโตของการท่องเที่ยว แต่ควรเป็นแนวทางที่ทำให้การท่องเที่ยวสามารถมาช่วยสนับสนุนการสร้างพลเมืองที่สร้างสรรค์และขยายการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ของทั้งเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ซึ่งการสร้างพลเมืองที่สร้างสรรค์นี้ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในยุคปัจจุบัน ดังที่ John Hartley (2005) ได้อธิบายไว้ว่า นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันไม่ใช่การเน้นที่เศรษฐกิจ หากเป็นการเน้นที่วัฒนธรรมและประชาชนทั้งหมด ดังนั้นแล้ว การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานะภาคส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงไม่ใช่การเน้นเพียงแค่การพัฒนาผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์เท่านั้น แต่ต้องพัฒนาผู้บริโภคที่สร้างสรรค์ไปด้วยพร้อม ๆ กัน จึงจะสามารถสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งแนวทางการพัฒนาที่กล่าวมานี้เป็นสิ่งที่มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายในการทำงานของโครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” โดยความยั่งยืนในที่นี้หมายถึง การที่สังคม นักท่องเที่ยว และชุมชนท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีทักษะ ความคิดสร้างสรรค์และศักยภาพในการ

ร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมคุณค่าด้านสังคม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของชุมชน

การสังเคราะห์องค์ความรู้จากโครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน”

ข้อมูลการทำงานของโครงการโดยสังเขป

โครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” เป็นโครงการศึกษาเพื่อพัฒนาสื่อและการสื่อสารที่ช่วยสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนนักท่องเที่ยวและสังคม โดยมีขอบเขตการศึกษาในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดระนอง ซึ่งทั้งสองจังหวัดดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่โครงการใหญ่ “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” เลือกศึกษาด้วยเหตุผลว่า เป็นพื้นที่ที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรม เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและวิถีชีวิตของประเทศไทยและพม่า

โครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” ใช้วิธีการทำงานแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งมีการใช้งานสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนของการทำงานของโครงการโดยสรุปได้ดังนี้

1. การสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความเข้าใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ซึ่งพบข้อมูลโดยสรุปว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและกลุ่มเพื่อน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับภาพประกอบที่ดึงดูดใจและเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์จากสื่อ นักท่องเที่ยวให้

ความสำคัญกับคุณค่าของการท่องเที่ยวด้านการพักผ่อนหย่อนใจ การได้ชื่นชมธรรมชาติ เอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เป็นแรงบันดาลใจในการชีวิตและการทำงาน รวมทั้งคุณค่าด้านการอุดหนุนชุมชนให้เกิดรายได้

2. จัดทำเว็บไซต์และเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีชื่อว่า “เที่ยวสร้างสรรค์” หรือในชื่อภาษาอังกฤษว่า “Creative Journey Thailand” สำหรับใช้เป็นช่องทางสื่อสารที่ส่งเสริมการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการสร้างปัญญากลุ่ม (Collective Intelligence) ของความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

3. ผลิตงานสร้างสรรค์โดยการจัดทำคลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบเข้าใจง่าย ช่วยสร้างแรงบันดาลใจและการขยายขอบเขตความคิดแก่ชุมชนเพื่อตักตวงภาพและความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนออกมาใช้ให้เกิดพลังในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. พัฒนาระบบการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้คลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้ที่จัดทำขึ้นข้างต้นมาใช้ในกระบวนการกลุ่มกับชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดระนอง เพื่อสร้างความเข้าใจและประเด็นการทำงานของชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ขั้นตอนและกระบวนการทำงานดังกล่าวสามารถสรุปออกมาเป็นสามขั้นตอนหลักได้ตามแผนภาพด้านล่าง กล่าวคือ ใช้การศึกษาเชิงปริมาณโดยการสำรวจพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาก่อรูป (Formative Research) ในการเข้าใจสภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา จากนั้นพัฒนาระบบการ (Process Evaluation) ด้วยการออกแบบงานสร้างสรรค์เพื่อใช้ในกระบวนการกลุ่ม และประเมินผลการเรียนรู้ในขั้นตอนสุดท้ายของการศึกษา (Summative Research) โดยในบทความชิ้นนี้จะเน้นเพียงการสังเคราะห์บทเรียนและความรู้ที่ได้จากการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน



ภาพ 1 ขั้นตอนและกระบวนการทำงานของ โครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน”

การออกแบบสื่อและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านงานสื่อสร้างสรรค์

การดำเนินงานของโครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” มีการใช้สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการทำงาน โดยมีการออกแบบและผลิตงานสร้างสรรค์ ได้แก่ การจัดทำเว็บไซต์และเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ชื่อว่า “เที่ยวสร้างสรรค์” โดยใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Creative Journey Thailand” สำหรับเป็นพื้นที่เรียนรู้ในลักษณะของช่องทาง

สื่อดิจิทัลที่ส่งเสริมการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งมีการจัดทำคลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบเข้าใจง่ายจำนวนสามชุด ที่มีเนื้อหาเพื่อให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อช่วยสร้างแรงบันดาลใจและการขยายขอบเขตความคิดแก่ชุมชน เพื่อดึงศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนออกมาใช้ให้เกิดพลังในการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน โดยหน้าเว็บไซต์และคลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้ทั้งสามชิ้นมีรายละเอียดและลักษณะดังนี้

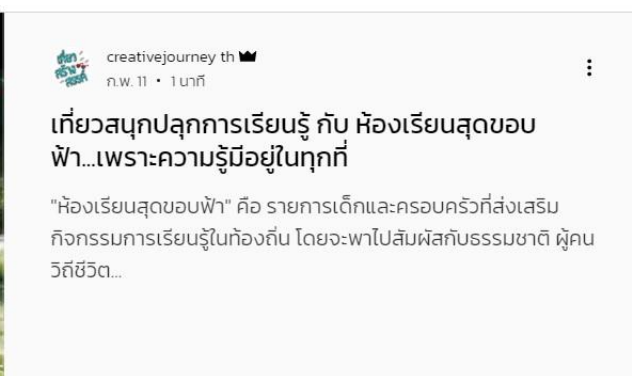


ภาพ 2 ภาพหน้า landing Page ของเว็บไซต์ “เที่ยวสร้างสรรค์” หรือ “Creative Journey Thailand”

<https://www.creativejourneyth.com>

ส่วนคลิปสื่อการเรียนรู้ ซึ่งนำออกเผยแพร่ใน เว็บไซต์ของโครงการ มีรูปแบบการนำเสนอโดยใช้สื่อ ภาพและเสียงประกอบการเล่าเรื่อง มีอินโฟกราฟิกสรุป เนื้อหาสาระที่สำคัญท้ายคลิปเพื่อช่วยสรุปประเด็นความรู้ โดยคลิปวิดีโอสามชุดประกอบได้ด้วย คลิปวิดีโอชุด “ห้องเรียนสุดขอบฟ้า” คลิปวิดีโอชุด “Trawell Thailand” และคลิปวิดีโอชุด “Hear & Found” โดยมีรายละเอียด สังเขปกล่าวคือ ห้องเรียนสุดขอบฟ้า เป็นการเล่าเรื่องกึ่งสารคดีนำเสนอเรื่องราวของครอบครัวที่ชอบท่องเที่ยวเดินทาง ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยมีคุณพ่อเป็นนักทำสารคดีมืออาชีพ ใช้การท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ในการเรียนรู้หรือเป็น

ห้องเรียนให้กับลูกสองคนที่เดินทางท่องเที่ยวไปด้วย คลิปวิดีโอชุด “Trawell Thailand” เป็นคลิปการถอดบทเรียน การทำงานของบริษัทพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ ทำงานกับชุมชนในการการช่วยค้นหาจุดเด่นและคุณค่าของ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาให้เกิดมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ ของการท่องเที่ยว และสุดท้าย คลิปวิดีโอชุด “Hear & Found” นำเสนอเกี่ยวกับศิลปะในการใช้เสียงเพื่อการเล่า เรื่องที่มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว อาทิ การใช้เสียง จากธรรมชาติ ดนตรี บทเพลง และการแสดงจากศิลปิน ท้องถิ่นเป็นจุดดึงดูดความสนใจและสร้างมูลค่าในการ ท่องเที่ยวของชุมชน



ภาพที่ 3 คลิปสื่อการเรียนรู้ของโครงการ สามารถสืบค้นได้ทาง <https://www.creativejourneyth.com>

คลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้ที่ผลิตขึ้นมามีดังกล่าวกว่าเป็น การสังเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านบทเรียนและกรณีศึกษาที่โครงการได้ค้นคว้าและสรุป มานำเสนอในรูปแบบของงานสื่อสร้างสรรค์ภาพเสียงและ อินโฟกราฟิก โดยได้นำสื่อการเรียนรู้ดังกล่าวมาไว้ใน กระบวนการกลุ่มสนทนาริยสนทนากับชุมชนท่องเที่ยวใน

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดระนองซึ่งเป็นพื้นที่ใน การศึกษาครั้งนี้

บทเรียนจากกระบวนการกลุ่มการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในการดำเนินการกระบวนการกลุ่มดังกล่าว ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับชมสื่อวิดีโอคลิปทั้งสามชุดพร้อมกัน จากนั้นจึงนำเข้าสู่กระบวนการสนทนากลุ่มด้วยข้อคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง โดยใช้เรื่องเล่าจากวิดีโอคลิปเป็นเทคนิคการหว่านเมล็ดพันธุ์แห่งการประสานและสร้างความสัมพันธ์กลุ่ม ด้วยผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มส่วนใหญ่ไม่รู้จักกันมาก่อนและเป็นผู้ที่มาจากหลากหลายเศรษฐกิจและสังคม เรื่องเล่าในคลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้มีเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นจุดร่วมของผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่ม การย้ำเตือนความเหมือนหรือจุดร่วมของกลุ่มผ่านเรื่องราวที่สะท้อนในสื่อการเรียนรู้ดังกล่าวจึงช่วยสร้างบรรยากาศความสัมพันธ์ที่ดีและความเป็นมิตรไมตรีของผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่ม นอกจากนี้ประเด็นเนื้อหาในสื่อมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความรู้ความเข้าใจและจุดประกายความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยในการสนทนากลุ่มได้ดำเนินการโดยประยุกต์ใช้เทคนิคโมเดลวงจรการสะท้อนคิด (Reflective Cycle) กล่าวคือ การใช้เทคนิคการสะท้อนกลับจากเรื่องเล่าที่เป็นเมล็ดพันธุ์ไปสู่เรื่องเล่าของผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่ม จากนั้นจึงสังเคราะห์เรื่องเล่าให้เป็นประเด็นการทำงาน

กระบวนการกลุ่มดังกล่าวมีการดำเนินการสองกลุ่มแยกกันตามพื้นที่ในการศึกษา โดยมีผู้เข้าร่วมการศึกษาจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 15 คน จากจังหวัดระนองจำนวน 14 คน ผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มมีความหลากหลายจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนของการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวแทนชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น สื่อมวลชนท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจและสถานประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น นักวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาของจังหวัด และผู้แทนจากภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ผลของกระบวนการกลุ่มโดยใช้คลิปวิดีโองานสร้างสรรค์ทั้งสามชิ้นเป็นสื่อการเรียนรู้สามารถสังเคราะห์บทเรียนได้ดังประเด็นต่อไปนี้

1. การสร้างความสัมพันธ์ของสมาชิกชุมชนผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่ม

คลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้มีส่วนในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่ม โดยช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของร่วมกันในประเด็นที่สนทนาของชุมชน ลดกำแพงส่วนตัวของบุคคลที่เข้าร่วมกระบวนการ อันนำไปสู่การเสริมพลังกลุ่มในการทำงาน

2. การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

คลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้มีส่วนในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด ลักษณะและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มให้ความเห็นว่า เสียงบรรยายแบบเล่าเรื่องง่าย ๆ และภาพประกอบช่วยให้เกิดความเข้าใจได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า อินโฟกราฟิกสรุปประเด็นในช่วงท้ายของคลิปวิดีโอมีส่วนสำคัญมากในการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอินโฟกราฟิกสรุปท้ายเรื่องคือการสื่อสารในรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลเชิงสาระและวิชาการที่เข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้นและนำเสนอในรูปแบบของสื่อภาพและเสียงที่เข้าใจได้ง่าย

3. การสร้างประเด็นการสนทนากลุ่มของชุมชนประเด็นที่นำเสนอในคลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้

ส่วนในการสร้างและกำหนดประเด็นในการสนทนา โดยจุดเน้นที่ต่างกันของวิดีโอคลิปทั้งสามชุดเป็นตัวเชื่อมให้เกิดประเด็นการสนทนาถึงการค้นหาจุดเด่นของพื้นที่ท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ในคลิปชุดท่องเที่ยวสุดขอบฟ้าเน้นเรื่องการมองหาความน่าสนใจในความเรียบง่ายของวิถีชีวิตท้องถิ่น โดยเสนอว่า ความเรียบง่ายประจำวันของเจ้าของพื้นที่คือความแปลกใหม่ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเนื้อหาส่วนนี้ช่วยเปิดประเด็นให้เกิดการสนทนาแลกเปลี่ยนถึงความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตท้องถิ่นของกลุ่มผู้เข้าร่วมกระบวนการ นอกจากนี้เนื้อหาในคลิปสื่อการเรียนรู้ดังกล่าวยังยกตัวอย่างของทะเลในจังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทยบางแห่งซึ่งเป็นทะเลใกล้ป่าชายเลนที่อาจไม่มีน้ำทะเลใสสะอาดสวยงามเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ในคลิปได้อธิบายไว้ว่าภายใต้ความขุ่นของน้ำกลับมีเสน่ห์ที่น่าค้นหา เช่น สัตว์และพืชทะเลที่อาศัยในบริเวณดังกล่าว

ประเด็นนี้พบว่า ได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมกระบวนการ ทั้งสองกลุ่มอย่างมาก ด้วยทั้งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และ จังหวัดระนองต่างมีจุดร่วมด้านลักษณะของน้ำทะเลและ ลักษณะทางชีวภาพของสัตว์น้ำและพรรณพืชคล้าย ๆ กัน ประเด็นดังกล่าวจึงช่วยเปิดความคิดและมุมมองแก่ ผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มว่า ท้องทะเลในจังหวัดของตนนั้นมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็น สิ่งที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ในอีกรูปแบบหนึ่ง

4. การส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของชุมชน

จากการเปิดประเด็นการสนทนาข้างต้น นำไปสู่ การขยายมุมมองและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน ระหว่างกลุ่มผู้เข้าร่วมกระบวนการ ซึ่งประกอบด้วย ชาวประมงท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับท้องทะเลและวิถี ประมงพื้นบ้าน ผู้นำชุมชนและผู้นำเที่ยวท้องถิ่นที่มีความ ใกล้ชิดกับวิถีชีวิตริมปากน้ำ ชายฝั่งทะเล และวิถีวัฒนธรรม ของทั้งสองจังหวัด ก่อให้เกิดการขยายผลไปสู่การอภิปราย ถึงประเด็นในการค้นหาพื้นที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม ท่องเที่ยวท้องถิ่นของผู้เข้าร่วมกระบวนการ โดยเมื่อการ อภิปรายดำเนินมาถึงจุดนี้แล้วพบว่า ผู้เข้าร่วมกระบวนการ มีการแลกเปลี่ยนกันอย่างกว้างขวางและสร้างประเด็นกัน ได้เอง โดยผู้ดำเนินการกลุ่มค่อย ๆ ถอยตนออกมาเป็นเพียงผู้ สังเกตการณ์และเป็นเพียงผู้สนับสนุนกระบวนการกลุ่ม ซึ่ง ผู้เข้าร่วมวิจัยแลกเปลี่ยนความเห็นและชักชวนให้เกิดการ อภิปรายร่วมกันเองได้อย่างมีความเป็นธรรมชาติและผ่อนคลาย

5. การสร้างแรงบันดาลใจและความเชื่อมั่นของชุมชน

คลิปวิดีโอสื่อการเรียนรู้ดังกล่าวมีส่วนช่วยสร้าง แรงบันดาลใจแก่ผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยตัวอย่างการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนที่นำเสนอใน คลิปสื่อการเรียนรู้ชุด Trawell Thailand สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนแต่ละแห่งล้วนมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว หากได้รับการสนับสนุนและพัฒนาอย่างถูกทิศทาง ประเด็น ที่สะท้อนผ่านเนื้อหาและตัวอย่างของการพัฒนาการ ท่องเที่ยวในสื่อการเรียนรู้ชุดนี้มีส่วนช่วยสร้างความ ตระหนักในศักยภาพชุมชนของผู้เข้าร่วมการสนทนา เสริมสร้างความมั่นใจและก่อให้เกิดแรงบันดาลใจ สร้าง

ความภาคภูมิใจและความนับถือตนเอง โดยจากการ สังเกตการณ์ระหว่างกระบวนการกลุ่มพบว่า ผู้เข้าร่วมการ สนทนาหลายคนเริ่มมีความมั่นใจมากขึ้นในการสะท้อน ความคิดเห็นของตนเองกับสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งแม้ว่าจะมี ความแตกต่างทางสถานะสังคมเศรษฐกิจกันอย่างมาของ สมาชิกที่เข้าร่วมกระบวนการกลุ่ม แต่พบว่าสมาชิกกลุ่มให้ ความสนใจและแสดงความเคารพในการรับฟังความเห็นของ กันและกันโดยไม่มีการแบ่งแยกสถานะดังกล่าว

6. การช่วยรื้อฟื้นความทรงจำที่หายไปของชุมชน

เนื้อหาที่สะท้อนในคลิปสื่อการเรียนรู้มีส่วนในการ ช่วยรื้อฟื้นความทรงจำที่หายไปของชุมชนท้องถิ่น โดย เชื่อมโยงผ่านเรื่องเล่าที่สะท้อนในสื่อการเรียนรู้ กล่าวคือ เมื่อกลุ่มผู้เข้าร่วมกระบวนการสนทนาได้ชมวิดีโอชุด Hear & Found ซึ่งนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านการใช้ เสียง เช่น เสียงจากธรรมชาติ เสียงดนตรีแบบแปลกใหม่ที่มี ความเป็นพื้นบ้านท้องถิ่น และการสร้างประสบการณ์ร่วม ของเสียงกับนักท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มผู้เข้าร่วมการสนทนาเกิด ความตระหนักถึงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ตนเคยมีใน อดีตซึ่งบางอย่างได้เลือนหายไปแล้วในปัจจุบัน ก่อให้เกิดการ อภิปรายถึงประเด็นในการค้นหาและฟื้นฟูเอกลักษณ์ วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น อาหารท้องถิ่นที่ปัจจุบันมีผู้รู้จักและ มีความสามารถในการทำน้อยลง เลิกป่าที่เคยร้องเล่นกันใน อดีต ศาลเจ้าที่คนนับถือกราบไหว้แต่คนส่วนใหญ่ไม่ทราบ ประวัติที่มา สถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุเกสในยุคสมัย ต่าง ๆ ที่ปรากฏในถนนเมืองราชบุรี จังหวัดระนอง และ ประวัติศาสตร์ของถนนผู้ศึกษาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของโลกและของประเทศไทย

7. สร้างการเรียนรู้และกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน

เนื้อหาในคลิปสื่อการเรียนรู้มีส่วนช่วยสร้างการ เรียนรู้ในสองมิติ กล่าวคือ เนื้อหาสื่อมีสาระสำคัญและ วิธีกรนำเสนอที่สร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิด ลักษณะ และองค์ประกอบ รวมทั้งหลักการออกแบบการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้แล้วคลิปสื่อการเรียนรู้ดังกล่าวยัง ถือเป็นตัวกระตุ้นหรือ Treatment ที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือ ในกระบวนการกลุ่มให้เกิดการแลกเปลี่ยนและเปิดความคิด สร้างสรรค์ โดยผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มมีการอภิปรายถึง

ความเป็นไปได้ในการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเส้นทางท่องเที่ยวต่าง ๆ จากนั้นได้มีการริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ในการลงพื้นที่ชุมชนเพื่อสำรวจและทดลองเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนของตนเอง ซึ่งภายหลังจากการเก็บข้อมูลโดยกระบวนการสนทนากลุ่มแล้ว ผู้เข้าร่วมการวิจัยในกลุ่มจังหวัดระนองได้มีการลงพื้นที่ศึกษาและทดลองเส้นทางท่องเที่ยวในเส้นทางสายวัฒนธรรมเรือราชภู่ พื้นที่ปากน้ำเกาะคตติ และเส้นทางวิถีประมงพื้นบ้านหินช้าง ซึ่งคณะทำงานของโครงการได้ร่วมลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมด้วย

8. การสร้างประเด็นการทำงานของชุมชน

ในกระบวนการกลุ่มดังกล่าวมีการสะท้อนประเด็นในการขับเคลื่อนการทำงานอย่างไม่เป็นทางการ โดยมีประเด็นสำคัญที่ได้รับการหยิบยกมานำเสนอ เช่น การจัดตั้งตลาดชุมชนบนเกาะคตติเพื่อช่วยกระตุ้นการหมุนเวียนของเศรษฐกิจชุมชน การจัดการขยะริมชายฝั่งเพื่อให้เกิดทัศนียภาพที่น่านมองแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวทางทะเลของชุมชน โดยประเด็นความปลอดภัยนี้ได้รับการหยิบยกมากล่าวถึงอย่างจริงจังเมื่อผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มได้เข้าร่วมประชุมกับคณะตัวแทนของผู้ว่าราชการจังหวัดระนอง โดยหัวหน้าชุมชนกลุ่มประมงพื้นบ้านได้กล่าวถึงการจัดหาเสื้อชูชีพสำหรับนักท่องเที่ยวในการออกไปสัมผัสวิถีประมงทางทะเล ทำให้ได้รับการจัดหาเสื้อชูชีพสำหรับใช้ในการลงพื้นที่สำรวจและทดลองเส้นทางท่องเที่ยวได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว

การจัดการเรื่องความปลอดภัยในการท่องเที่ยวที่ได้รับการชูประเด็นโดยหัวหน้าชุมชนดังที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นถึงความมั่นใจและการเสริมพลังของชุมชนในการหยิบยกประเด็นการบริหารจัดการท่องเที่ยวมาเสนอแก่ภาครัฐผู้ที่มีอำนาจในการจัดการ นอกจากนี้ ในช่วงเวลาของการลงพื้นที่เพื่อสำรวจและทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวทางทะเลยังพบว่า ผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มมองเห็นปัญหาขยะที่ถูกซัดเข้าชายฝั่งตรงหน้าและได้มีการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการถึงการจัดการขยะที่สามารถนำมาบูรณาการเข้ากับการท่องเที่ยวโดยการชักชวนนักท่องเที่ยวมาร่วมกันเก็บขยะบริเวณชายฝั่งที่เป็นแหล่งขึ้นลงเรือท่องเที่ยวก่อนหรือหลังจากการท่องเที่ยวเสร็จแล้ว

การนำประเด็นการทำงานไปขับเคลื่อนต่อให้เกิดขึ้นได้จริงถือเป็นสิ่งที่มีความท้าทายอย่างมากต่อชุมชน โดยผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มต่างมีความเห็นร่วมกันว่า แนวคิดและกระบวนการทัศนัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งมีความน่าสนใจและมีประโยชน์ต่อการสร้างงานสร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน รวมทั้งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนท่องเที่ยวอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยจังหวัดของตนมีศักยภาพ มีทุนปัญญาและทุนวัฒนธรรมที่พร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มสะท้อนข้อกังวลว่า ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวขัดขวางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือความเข้มแข็งของชุมชนที่ยังมีไม่มากพอ รวมทั้งชุมชนยังขาดความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นประเด็นที่ชุมชนท่องเที่ยวต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน

กล่าวโดยสรุปคือ จากกระบวนการกลุ่มและการลงพื้นที่สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และระนองทำให้พบว่า กระบวนการเรียนรู้แบบกลุ่มโดยใช้คลิปปวีดีโอสื่อสร้างสรรค์เป็นตัวกระตุ้นการเรียนรู้ดังกล่าวนี้มีส่วนช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน รวมทั้งยังสร้างแรงบันดาลใจในการค้นหาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน และขยายเชื่อมโยงไปถึงการใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชน กระบวนการดังกล่าวช่วยสร้างการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภาคส่วนต่าง ๆ สร้างความเชื่อมั่นและพื้นที่ในการส่งเสียงของชุมชน การสร้างความภาคภูมิใจและอำนาจต่อรองของชุมชน การเสริมพลังสะท้อนศักยภาพของสื่อและการสื่อสารในการเสริมพลังการเรียนรู้ทางสังคมผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ไม่ควรเน้นเพียงแต่การสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หากยังต้องสร้างพลเมืองที่สร้างสรรค์อันประกอบด้วย การมีนักท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ การพัฒนาเจ้าบ้านและเจ้าของชุมชนที่สร้างสรรค์ อันถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผล

การท่องเที่ยวกระแสหลักที่ได้รับการพัฒนาจนเกินขีดจำกัด อาจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ว่า การท่องเที่ยวที่มีความคึกคักและขาดความเป็นต้นฉบับที่แท้จริงนั้นไม่สามารถเติมเต็มความต้องการที่มีต่อประสบการณ์ท่องเที่ยวของตนเองได้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ตรงระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างความแตกต่างให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากชุมชน

หัวใจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการพัฒนาจากภายใน จากเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเอง ดังนั้นแล้ว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยให้ชุมชนท่องเที่ยวได้พัฒนาความคิดสร้างสรรค์อันนำไปสู่การเป็นพลเมืองนักสร้างสรรค์ (Creative Citizen) สามารถค้นพบทรัพยากรที่มีค่าของท้องถิ่นอันนำไปสู่การพัฒนาที่มาจากชุมชนเองและเป็นการพัฒนาด้วยการเรียนรู้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจฐานความรู้ ทุนทางปัญญา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สังคมวัฒนธรรม ขณะเดียวกันก็มิละเลยความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาครั้งนี้สะท้อนว่า ชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ความสำคัญและพร้อมรับการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยชุมชนมีศักยภาพในการค้นหาองค์ประกอบที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของตนในด้านต่าง ๆ กล่าวคือ มีความรู้ ศิลปะ และทุนปัญญาท้องถิ่นที่เป็นต้นแบบ มีเอกลักษณ์ มีแรงบันดาลใจและการแสดงออกที่สร้างสรรค์ ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กำหนดไว้โดยองค์การยูเนสโก นอกจากนี้แล้ว ชุมชนท่องเที่ยวยังมีความมุ่งหวังในการเปิดบ้านรับนักท่องเที่ยวที่มาร่วมเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ตามที่ Greg

Richards ได้เสนอไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวและให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับชุมชน โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ จากชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์และสร้างผลิตภัณฑ์จากวิถีชีวิตโดยการใช้เอกลักษณ์วัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านเรื่องเล่าและการเรียนรู้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

ด้านการส่งเสริมให้เกิดชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือพลเมืองที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้น กระบวนการกลุ่มในการศึกษาค้นคว้าได้นำเอาเทคนิคโมเดลวงจรสะท้อนคิด (Reflective Cycle) ซึ่งเป็นกระบวนการที่พัฒนาขึ้นโดย Graham Gibbs (1988) ซึ่งเขาได้อธิบายไว้ว่า โมเดลวงจรสะท้อนคิดคือเทคนิคการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่มีกรอบแนวทางในการให้ผู้เข้าร่วมกระบวนการได้สำรวจประสบการณ์ทั้งที่บรรลุผลและไม่บรรลุผล โดยประกอบด้วย 6 ขั้นตอนในกระบวนการ คือ การอธิบายประสบการณ์ การสะท้อนความรู้สึกและความคิดที่มีต่อประสบการณ์ การประเมินประสบการณ์ทั้งด้านดีและไม่ดี การวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับประสบการณ์ และการสรุปเกี่ยวกับสิ่งที่ได้เรียนรู้เพื่อวางแผนอนาคต ในการศึกษาครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) ในสื่อวิดีโอคลิปเป็นจุดเริ่มต้นของบทสนทนากับชุมชนโดยการอธิบายความหมายแนวคิดและรูปแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อสร้างสรรค์ซึ่งเป็นชุดความรู้รวมทั้งสิ้นทั้งสามชุด โดยเป็นการนำเสนอรอบละหนึ่งชุด จากนั้นจึงนำเข้าสู่วงจรของการสนทนาเพื่อเชื่อมโยงกับประสบการณ์ ความคิด ความรู้สึก การวิเคราะห์ประเมินและวางแผนการทำงานของชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งพบว่าเทคนิคดังกล่าวช่วยกระตุ้นและขยายความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน

เมื่อนำมาอภิปรายกับแนวคิดเกี่ยวกับการใช้เรื่องเล่า (Storytelling) เพื่อการเรียนรู้ที่สร้างการเปลี่ยนแปลง (Transformative Learning) แล้ว จะเห็นได้ว่าเรื่องเล่าถือเป็นสิ่งสำคัญในชีวิต ทั้งด้านบทบาทในการสื่อสารกับผู้อื่นและการทำความเข้าใจโลก ดังที่ Jerome Bruner (1990)

ได้อธิบายไว้ว่า เรื่องเล่าช่วยให้สารและมุมมองสามารถได้รับการสื่อไปยังผู้ฟังได้ ด้วยในการฟังเรื่องเล่านั้น ผู้ฟังไม่ต้องการความจริงแท้ที่เป็นสากล แต่เป็นการฟังเกี่ยวกับเจตจำนงและสิ่งที่มีความเป็นไปได้ เรื่องเล่าจึงเป็นเครื่องมือที่ดีและสร้างสรรค์ในการเรียนรู้ โดยเฉพาะการใช้เรื่องเล่าเป็นเครื่องมือในการสะท้อนความคิด ซึ่งมีงานวิจัยหลายชิ้นในแวดวงการศึกษาที่ใช้เรื่องเล่าเป็นเครื่องมือสร้างสรรค์ในการเรียนรู้ โดยเรื่องเล่าที่เป็นเครื่องมือมีหลากหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Janet McDonnell และคณะ (2004) ที่ใช้เรื่องเล่าในรูปแบบสื่อบันทึกเพื่อกระตุ้นการคิดเชิงลึกให้กับนักศึกษาที่เรียนด้านการออกแบบ ซึ่งพบว่าสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นและช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำเสนอเรื่องราวได้หลากหลายมุมมองในเชิงลึกที่เกี่ยวกับการออกแบบ นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้เรียนสามารถตั้งเป้าหมายในการทำงานและจัดระบบการทำงานของตนเองได้ ส่วน Jennifer Moon (2002) ได้อธิบายไว้ว่ากระบวนการเรียนรู้โดยใช้เรื่องเล่าสามารถแบ่งได้ออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ การค้นหาเรื่องเล่า การเล่าเรื่อง การขยายขอบเขตเรื่องเล่า การทำความเข้าใจกับความหมายของเรื่องเล่า การนำเรื่องเล่าไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งในขั้นตอนสุดท้ายนี้ Janice McDrury และ Maxine Alterio (2003) ได้ขยายความจากการนำไปศึกษาต่อว่า เป็นขั้นตอนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่และสร้างการเปลี่ยนแปลง

สื่อสร้างสรรค์คลิปปิดีโอทั้งสามชุดที่นำเรื่องเล่ามาใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้เปรียบเสมือนกระจกสะท้อนให้ชุมชนได้หันมามองคุณค่าและศักยภาพที่ตนมีอยู่ และต่อยอดจากความรู้ที่ได้รับจากสื่อการเรียนรู้ดังกล่าว ขยายผลไปสู่การออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนของตนเอง ซึ่งสะท้อนให้เห็นศักยภาพในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ใช่เป็นเพียงแค่อุดมคติใหม่หรือสิ่งที่คิดขึ้นมาใหม่เท่านั้น แต่คือความคิดสร้างสรรค์ด้วยเพราะเหตุผลว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและเหมาะสมกับความต้องการภายใต้บริบทของชุมชน

นอกจากนี้แล้ว กระบวนการเรียนรู้ที่อธิบายดังกล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า “ความคิดสร้างสรรค์” เป็นศักยภาพที่สามารถส่งเสริมและสร้างขึ้นได้ ด้วยชุมชนผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มสามารถเชื่อมโยงสิ่งที่เรียนรู้จากสื่อคลิปปิดีโอมาประยุกต์ใช้และต่อยอดความคิดในการ

ออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของตนเอง สอดคล้องกับความหมายของ “ความคิดสร้างสรรค์” ซึ่ง Robert E. Franken (2007) อธิบายไว้ว่า คือความคิดหรือการก่อเกิดแห่งความคิดที่ก่อประโยชน์ ช่วยแก้ปัญหา การสื่อสารและสร้างความรื่นรมย์แก่ทั้งตนเองและผู้อื่น เป็นศักยภาพในการสร้างผลงานที่สร้างสรรค์และกิจกรรมที่ช่วยสร้างผลผลิตที่สร้างสรรค์

กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จาก “ผู้จ้างมอง” มาสู่ “ผู้มีส่วนร่วม”

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่ต้องสร้างการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านหรือชุมชนท่องเที่ยว ในฐานะที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนที่สำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้ว การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องดำเนินไปบนฐานเศรษฐกิจและสังคมความรู้ ให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ โดยมีสื่อและการสื่อสารเป็นตัวผลักดันศักยภาพของความคิดสร้างสรรค์ให้เปล่งประกายและได้รับการนำมาปรับใช้ให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ เชิดชูจิตวิญญาณและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งช่วยเชื่อมโยงและประสานชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถพัฒนาเติบโตได้อย่างยั่งยืน

เมื่อพิจารณาคุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ Greg Richards และ Crispin Raymond ได้อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมและเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เปลี่ยนนักท่องเที่ยวจากสถานะของการเป็น “ผู้จ้างมอง” มาสู่การเป็น “ผู้มีส่วนร่วม” สะท้อนให้เห็นว่า กระบวนการกลุ่มครั้งนี้ได้สร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่างเจ้าของชุมชนท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มและทีมงานทำงานของโครงการซึ่งสวมบทบาทของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือนชุมชน โดยทีมงานทำงานของโครงการสะท้อนว่า ประสบการณ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้และการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นมีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนมุมมองทัศนคติและสถานะของทีมงานจากบุคคลภายนอก “ผู้จ้างมองชุมชน” มาสู่ความรู้สึกเป็น “ผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน”

นอกจากนี้แล้วยังพบว่า กระบวนการกลุ่มของโครงการยังมีส่วนในการปรับเปลี่ยนผู้เข้าร่วมกระบวนการกลุ่มจากสถานะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมาเป็นกลุ่มผู้ร่วมการศึกษาที่มีความกระตือรือร้น โดยมีวิดีโอคลิปสื่อสร้างสรรค์ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเชื่อมความสัมพันธ์ของชุมชนท่องเที่ยว เปิดประเด็นการสนทนาและกำหนดประเด็นในการทำงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นบทบาทของการใช้สื่อและการสื่อสารในการส่งเสริมการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมเศรษฐกิจที่ John Hartley (2005) เรียกว่า เศรษฐกิจบนฐานความรู้ใหม่ (New Knowledge Economy) ที่ใช้ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนและสร้างพลเมืองที่มีส่วนร่วม

อย่างไรก็ตาม ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าในการจะนำประเด็นทำงานมาขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดขึ้นจริงนั้นยังต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ ประกอบ รวมทั้งยังต้องได้รับการส่งเสริมผ่านการศึกษาและพัฒนาในขั้นต่อ ๆ ไปอีกด้วย การสังเคราะห์ความรู้จากการทำงานโครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” นี้ จึงนำมาสู่ข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังที่จะได้นำเสนอในหัวข้อต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องขับเคลื่อนจากทั้งฝั่งนักท่องเที่ยวและฝั่งเจ้าบ้าน โดยการสร้างทั้งนักท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ เจ้าบ้านที่สร้างสรรค์ รวมทั้งกิจกรรมท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องสร้างการพัฒนาทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน กล่าวคือ พัฒนาทั้งผู้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวและผู้เสนอประสบการณ์การท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการจัดการบริหารการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ ภายใต้ระบบนิเวศที่สร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยสามองค์ประกอบ ดังโมเดลที่ผู้เขียนออกแบบไว้ต่อไปนี้



ภาพที่ 4 โมเดลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ที่มา: ผู้เขียน)

จากโมเดลข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องประกอบได้ด้วยองค์ประกอบสามด้าน ได้แก่

1. การพัฒนานักท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ (Creative Tourists) ที่เข้าใจมุมมองและเปิดรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. การพัฒนาเจ้าบ้านหรือชุมชนท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ (Creative Communities) ที่มีทักษะและความรู้ความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนของตนเองได้

3. การพัฒนาระบบนิเวศที่สร้างสรรค์ (Creative Ecology) ได้แก่ ชุมชนเข้มแข็ง สิ่งแวดล้อมที่สร้างสรรค์ นโยบายและปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีเทคโนโลยีสื่อและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างการเรียนรู้และพัฒนาพลเมืองที่มีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งมีการสื่อสารและการตลาด อาทิ การส่งเสริมการตลาด การสื่อสารแบรนด์ท่องเที่ยวและการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศและระดับพื้นที่เป็นตัวขับเคลื่อนคุณค่าทางวัฒนธรรมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะในการใช้สื่อและการสื่อสารเพื่อสร้างการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

จากกระบวนการทำงานที่ได้ใช้การเล่าเรื่องผ่านคลิปปิดิโอที่เป็นสื่อสร้างสรรค์มาเป็นเครื่องมือในกระบวนการกลุ่ม ทำให้พบว่า เรื่องเล่าถือเป็นวิธีการสื่อสารที่ช่วยสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมโยงระหว่างผู้คนเป็นกระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างชุมชนที่หลากหลาย เรื่องเล่าช่วยนำไปสู่การค้นพบตนเองและการรับรู้ตัวตน เรื่องเล่ามีศักยภาพในการสร้างชุมชนและช่วยส่งเสริมการพัฒนาชุมชน ในบางครั้งเรื่องเล่าสามารถเสริมพลังในการทำหายอำนาจตามลำดับโครงสร้างทางสังคมและชนชั้น ดังนั้น การเล่าเรื่องและเรื่องเล่าจึงเป็นกระบวนการที่มีพลังและศักยภาพสำหรับชุมชนในมิติของเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

จากการศึกษาดังกล่าวนี้นี้ ทำให้นามาสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการต่อไปโดยการผลักดันให้ประเด็นการทำงานที่เกิดจากกระบวนการกลุ่มดังกล่าวเกิดการขยายผลให้เป็นรูปธรรม ซึ่งการจะสร้างผลลัพธ์จากเรื่องเล่าให้เป็นการกระทำได้นั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะที่สำคัญแก่ชุมชนท่องเที่ยว อาทิ การพัฒนาทักษะการสื่อสารและการเล่าเรื่องทั้งทักษะส่วนบุคคลและทักษะการเล่าเรื่องแบบดิจิทัลผ่านสื่อ

สมัยใหม่ การส่งเสริมทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนท่องเที่ยว รวมทั้งการส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์และสื่อสารแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งระดับแบรนด์ชุมชนและระดับแบรนด์ประเทศ ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ดังที่กล่าวมาจึงจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบาทสำคัญของสื่อและการสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ ได้แก่

1. การอบรมทักษะการสื่อสารที่จำเป็นสำหรับชุมชน อาทิ ทักษะการเล่าเรื่อง ทักษะการสื่อสารในมิติต่าง ๆ การรู้จักใช้สื่อในการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. การออกแบบและสร้างสรรค์สื่อร่วมกัน (Co-creation) ระหว่างสื่อท้องถิ่นของชุมชนและภาคส่วนที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น สนับสนุนให้ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นและ Blogger ท้องถิ่น เป็นผู้ผลิตสื่อที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว สนับสนุนการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวชุมชน โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและกำหนดนโยบายท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. พัฒนาสื่อการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในรูปแบบหลักสูตรการอบรมในสถานที่และหลักสูตรออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

4. การสร้างปัญญากลุ่ม (Collective Intelligence) ในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบเศรษฐกิจความรู้ โดยสามารถต่อยอดจากสื่อสร้างสรรค์ของโครงการที่จัดทำในรูปแบบเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งยังสามารถพัฒนาต่อในรูปแบบนวัตกรรมสื่อ อาทิ แอปพลิเคชัน หรือเว็บแอปพลิเคชัน

5. การสร้างเครือข่ายภาคี ทั้งจากชุมชนผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา รวมตัวเป็นศูนย์การเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน (Centre for Creative Tourism Communities) เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีความเป็นรูปธรรมและผลักดันให้เกิดเป็นนโยบายระดับชุมชนและระดับชาติ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป

ด้วยโครงการ “การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” เป็นโครงการทำงานเชิงปฏิบัติการ (Practice-based Project) ที่ใช้การออกแบบสื่อและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการหาความรู้ การสังเคราะห์บทเรียนที่นำเสนอในบทความชิ้นนี้เป็นเพียงความรู้บางส่วนที่ได้จากบทเรียนในการทำงานโดยเน้นที่การสังเคราะห์บทเรียนที่ได้จากกระบวนการกลุ่มร่วมกับชุมชนในพื้นที่ทำงาน อย่างไรก็ตาม ยังมียังมีความรู้ที่ควรค่าแก่การสังเคราะห์และต่อยอดการศึกษาวិจัยต่อไปได้อีก ดังนี้

1. ควรมีการถอดบทเรียนองค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการออกแบบและผลิตสื่อเพื่อสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของโครงการ โดยทีมผลิตสื่อของโครงการสามารถสังเคราะห์บทเรียนจากกระบวนการค้นหาข้อมูล วิธีการวางเค้าโครงของเรื่องเล่า การออกแบบภาพและเสียง วิธีการเล่าเรื่อง การใช้ศิลปะภาพและงานอินโฟกราฟิกในการเล่าเรื่อง
2. ควรมีการนำสื่อคลิปวิดีโอทั้งสามชุดไปประเมินผลและประสิทธิภาพในการสื่อสารด้วยกระบวนการวิจัยเชิงประจักษ์ อาทิ การทดสอบความรู้ของผู้ชมก่อนและหลังจากชมคลิปสื่อการเรียนรู้ เพื่อประเมินผลการศึกษาเปรียบเทียบให้เห็นผลที่มีนัยสำคัญเชิงสถิติ
3. สามารถนำสื่อการเรียนรู้ไปใช้ทำงานกับพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อประเมินผลและเปรียบเทียบผลลัพธ์ ถอดบทเรียนและนำมาพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้การ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเด็นอื่นที่ชุมชนท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม

การต่อยอดการศึกษาวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ต่อไป โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นการพัฒนาแบบยั่งยืน

สรุป

การสื่อสารมักได้รับการมองว่าเป็นเครื่องมือในการนำมาใช้โปรโมตการท่องเที่ยว แต่ความจริงแล้วการสื่อสารยังมีพลังในการสร้างการเรียนรู้และลดความเหลื่อมล้ำได้ ในมิติการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์บันเทิงและเป็นแขนงหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่ต้องสร้างการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านหรือชุมชนท่องเที่ยว ในฐานะภาคส่วนที่สำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้ว การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องดำเนินไปบนฐานเศรษฐกิจและสังคมความรู้ให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาพลเมืองที่มีความสร้างสรรค์ โดยมีสื่อและการสื่อสารเป็นตัวผลักดันศักยภาพของความคิดสร้างสรรค์ให้เปล่งประกายและได้รับการนำมาปรับใช้ให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ เชิดชูจิตวิญญาณและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งช่วยเชื่อมโยงและประสานชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถพัฒนาเติบโตได้ด้วยตนเองอย่างมีความยั่งยืน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

อพท. (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน), (2561). *คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: บริษัท บิ๊กพลัส พับลิชชิง จำกัด.

ภาษาอังกฤษ

Bruner, J. (1990). *Acts of meaning*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Csikszentmihalyi, M. (2013). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention (Reprint edition)*. New York: Harper Perennial.

DCMS (Department of Culture, Media and Sport UK.). (2015). *Creative and Cultural Skills: building a creative nation: the next decade*. Retrieved February 5, 2022, from https://ccskills.org.uk/downloads/CCS_BUILDINGACREATIVENATION_WEB_SINGLES.pdf

Franken, E.R. (2007). *Human Motivation (6 Edition)*. CA: Thomson Wadsworth.

Gibbs, G. (1988). *Learning by Doing: A guide to teaching and learning methods*. Oxford: Further Education Unit. Oxford Polytechnic.

Hartley, J. (2005). *Creative Economy and Culture: Challenges, Change and Future for the Creative Industries*. London: Sage.

McDonnell, J., Lloyd, P., & Valkenburg, R. C. (2004) Developing design expertise through the construction of video stories. *Design Studies*, 25, 509-525.

McDrury, J., & Alterio, M. (2003). *Learning through Storytelling in Higher Education: Using Reflection & Experience to Improve Learning*. London: Kogan Page.

Moon, J. A. (2002). *Reflection of learning & professional development*. London: Kogan Page.

Richards, G. and Raymond, C. (2000). *Creative tourism*. *ATLAS News*, 1(23), 16-20.

Richards, G. (2005). Textile tourists in the European periphery: New markets for disadvantaged areas?. *Tourism Review International*, 8(4), 323-338.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*.38 (4), 1225-1253.

UNESCO Creative Cities Network. (2008). Santa Fe International Conference 2008. Retrieved February 5, 2022, from <http://en.unesco.org/creative-cities/events/santa-feinternational-conference-2008>

UNWTO (World Tourism Organization). (2011). Tourism towards 2030: Global overview. Retrieved February 5, 2022, from https://www.globalwellnesssummit.com/wpcontent/uploads/IndustryResearch/Global/2011_UNWTO_Tourism_Towards_2030.pdf

Weisberg, W. R. (1993). *Creativity: Beyond the Myth of Genius (Second Edition)*. New York: W. H. Freeman & Company.