

Guideline for the Management of Creative Tourism in Cultural Tourist Market of Phrae

Pannanat katesophit¹

Amares Thepma²

Received: 03/06 /2023, Revised: 06/12/2023, Accepted: 10/03/2024

Abstract

The study of Guideline for the Management of Creative Tourism in the Cultural Tourist Market of Phrae province was intended to assess the potential of tourism activities based on the creative culture of Phrae province and to find a way for the manager of the market that was suitable for the development of Phrae province. This research is Qualitative research used educational tools consisting of potential tourism activities, semi-structured interviews, and group discussion. The informant was qualified, i.e. had experience of developing tourism in Phrae province for more than 3 years. It was a specific selection.

The study found that assessing the potential of tourism activities based on the creative culture of Phrae province, was a cultural heritage in terms of wisdom, handicrafts and creativity, amounting to 17 activities. The potential assessment issues in each aspect found activities and creative stories based on cultural heritage as the most points. The ability to communicate and tell the story of the activity leader was found to have the lowest score. In this regard, from the results of the potential assessment and group discussions, guidelines for managing the

¹ Department of Business Administration in Tourism and Hospitality, Faculty of Business Administration and Service Industry, King Mongkut's University of Technology North Bangkok.

² Asst. Prof. Dr., Major of Architecture, Department of Architecture and Fine Arts, University of Phayao.



creative cultural tourism market were appropriate, consisting of the management of creative tourism products, the price management, venue management for creative activities, the marketing promotion management, and management of creative travel service providers. In this regard, the management processes were founded to lead to the success of creative cultural tourism of Phrae province, which was to set a goal to develop the area towards creative cultural tourism by assessing resources with the 3S (Story, Sense, and Sophistication) concept. The determination of the 5P work plan (Participation, Product, Price, Place, Promotion) and the monitoring of evaluation in order to control it according to the specified work plan to meet the goals of sustainable development of the area.

Keywords: management, marketing, creative tourism, culture



แนวทางบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่

ปานณนาถ เกตุโคภิชฐ์¹

อัมเรศ เทพมา²

วันรับบทความ: 03/06/2566, วันแก้ไขบทความ: 06/12/2566, วันตอบรับบทความ: 10/03/2567

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง แนวทางบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่ และ 2) แนวทางบริหารจัดการตลาดที่เหมาะสมต่อการพัฒนาของพื้นที่จังหวัดแพร่ การวิจัยแบบเชิงคุณภาพมีเครื่องมือในการศึกษา ประกอบด้วย แบบประเมินศักยภาพกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และการอภิปรายกลุ่ม มีผู้ให้ข้อมูลมีคุณสมบัติ คือ มีประสบการณ์พัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดแพร่มากกว่า 3 ปี เป็นการเลือกแบบเจาะจง

ผลการศึกษาพบศักยภาพกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่ เป็นมรดกทางวัฒนธรรมทางด้านภูมิปัญญางานหัตถกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 17 กิจกรรม และประเด็นการประเมินศักยภาพรายด้านพบกิจกรรมมีเรื่องราวสร้างสรรค์มาจากพื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรมมีคะแนนมากที่สุด และศักยภาพด้านการสื่อสารและการบอกเล่าเรื่องราวของผู้นำกิจกรรม พบว่ามีคะแนนน้อยที่สุด จากผลการประเมินศักยภาพและการอภิปรายกลุ่มทำให้ได้แนวทางบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่เหมาะสม ประกอบด้วย

¹ ภาควิชาบริหารธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา, Corresponding : amaiaest@hotmail.com



การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การจัดการด้านราคา การจัดการด้านสถานที่จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ การจัดการด้านส่งเสริมการตลาด และการจัดการด้านผู้ให้บริการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ทั้งนี้ พบกระบวนการจัดการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ของพื้นที่จังหวัดแพร่ คือ การตั้งเป้าหมายพัฒนาพื้นที่ให้มุ่งสู่การท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ การประเมินทรัพยากรด้วยแนวคิด 3S (Story, Sense, Sophisticatio) การกำหนดแผนการทำงาน 5P (Participation, Product, Price, Place, Promotion) การติดตาม ประเมินผล เพื่อควบคุมให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ให้มุ่งตอบเป้าหมายการพัฒนาพื้นที่ที่กำหนดไว้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการ การตลาด การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ วัฒนธรรม

บทนำ

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กล่าวว่า เศรษฐกิจภาคเหนือมีขนาดเล็กและขยายตัวช้า เนื่องจากกิจกรรมส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร สำหรับด้านเศรษฐกิจภาคเหนือพบว่าภาคบริการมีบทบาทสำคัญมีสัดส่วนถึงร้อยละ 54.6 และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในภาคเหนือเป็นกลุ่มขนาดเล็กลง มีความต้องการเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ทั้งนี้ในด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวยังพบว่าอยู่ในระดับต่ำ และระยะเวลาพำนักมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง อาจเป็นเพราะสินค้าและบริการยังไม่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล รูปแบบความเชื่อมโยงของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวยังไม่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายและอยู่พำนักเป็นระยะเวลานานได้ ดังนั้น จึงได้กำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ให้ภาคเหนือเป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง โดยมุ่งพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพตามแนวทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อยอดจากทุนทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม พร้อมไปกับการรักษาอัตลักษณ์ของเมือง การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ที่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้งระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในภาคและประเทศเพื่อนบ้านได้ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022)

ในภาคเหนือพบจังหวัดแพร่ ถือเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม สะท้อนผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษ “แพร่คราฟท์” เทศกาลที่รวบรวมผลงานจากศิลปินของชาวเมืองแพร่ มรดกวัฒนธรรม



ภูมิปัญญาที่คนรุ่นใหม่นำมาสืบสานต่อยอดสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ ดังเช่น ผลิตภัณฑ์จากไม้ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายอม ผลิตภัณฑ์จากการตีเหล็ก ผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปอาหาร ผลิตภัณฑ์จากงานศิลปกรรมอื่นๆ รวมถึง เท็ดคัทดี้ เตชะกิจขจร และคณะ ยังได้กล่าวว่า จังหวัดแพร่ ความโดดเด่นทางด้านมรดกทางวัฒนธรรมด้านสถาปัตยกรรมมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด กาดกองเก่า คุ่มวงศ์บุรี คุ่มเจ้าหลวง อาคารดั้งเดิมที่สามารถสร้างบรรยากาศภูมิทัศน์ของเมืองเก่าได้เป็นอย่างดี แต่พบว่ามีการกระจุกตัวกันของมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่เมือง (Tachakitkachorn, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับ กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ ที่ได้กล่าวถึงการกระจุกตัวเศรษฐกิจเฉพาะในเขตเมือง เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมพักและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่อำเภอเมืองแพร่ และยังพบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในระยะเวลายาว ซึ่งหากพิจารณาถึงศักยภาพของพื้นที่ พบแหล่งท่องเที่ยวกระจายตัวอยู่รอบๆ อำเภอเมือง อันเป็นโอกาสที่ทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจในพื้นที่สร้างเม็ดเงิน เกิดการกระจายตัวของเศรษฐกิจไปยังชุมชนโดยรอบได้ (Division Strategy and Planning, 2023)

จากข้อความข้างต้น กล่าวได้ว่าแพร่เป็นเขตเมืองที่ยังคงมีกิจกรรมที่มีพื้นฐานมาจากมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเข้มแข็ง โดยเฉพาะเศรษฐกิจที่เติบโตมาจากฐานมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีมรดกทางวัฒนธรรมดังเช่นอาคารทางสถาปัตยกรรมรูปแบบอาคารไม้ที่มีเอกลักษณ์และมีความโดดเด่น ซึ่งได้ก่อให้เกิดบรรยากาศของเมืองทางวัฒนธรรมประเภทเมืองเก่าอย่างเด่นชัด ประกอบกับ พงษ์พันธ์ อนันต์วรณิชัย กล่าวถึงการผสานวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นฐานของการสร้างสรรค์ถือเป็นการสร้างศักยภาพขีดความสามารถทางการแข่งขันได้ โดยการนำมรดกทางวัฒนธรรมมาใช้เป็นสิ่งดึงดูดใจ (Anuntavoranich, 2021)

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยนำตลาดการท่องเที่ยวอันเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของพื้นที่ เช่นเดียวกับ (Thongdee, 2017) ที่เห็นถึงความสำคัญของการจัดการตลาดการท่องเที่ยวของชุมชน ที่เป็นปัญหาสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบการท่องเที่ยว ทั้งนี้ หากพื้นที่จังหวัดแพร่ นำเอาต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์มาพัฒนาออกแบบสร้างเรื่องราวเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และสร้างสรรค์ผลงานจากการร่วมกิจกรรม รวมถึงการบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ได้ จะนำไปสู่การพัฒนาโดยผสานวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยว เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจพื้นที่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อประเมินศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่
- 2) เพื่อหาแนวทางบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่เหมาะสมของจังหวัดแพร่

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การเดินทางที่มีความปรารถนาที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี การศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และการพัฒนาจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรพัฒนาการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านเพื่อการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมร่วมกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น (Anantamongkolkul, 2019) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้วิถีชีวิต การดำเนินชีวิต ศิลปวัฒนธรรม เทศกาลงานประเพณีต่างๆ โดยใช้ชุมชนและท้องถิ่นเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะรูปแบบหนึ่งของการต่อยอดทางการท่องเที่ยวทางโดยนำเอาทรัพยากรทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน นำเอกลักษณ์เหล่านั้นมาออกแบบสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และรับประสบการณ์ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม (Niamhom, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับ วิทยา ชินบุตร ที่ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น สร้างคุณค่าด้านประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมกับคนชุมชน (Chinabut, 2018) ดาริน วรุมทรัพย์ และคณะ ยังได้ศึกษารูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) การจัดการชุมชนสร้างสรรค์ เพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำเรื่องราวที่พบในท้องถิ่นมาสื่อสารให้นักท่องเที่ยว 3) การจัดการกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ คือ การจัดกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ได้อย่างน่าสนใจ 4) การจัดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำเสนอเรื่องราวสร้างผู้สื่อความหมายในท้องถิ่น ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการจัดการชุมชนสร้างสรรค์ หมายถึง การจัดการให้ชุมชนมีความพร้อมในการรองรับการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย การสร้างให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลทุนทางวัฒนธรรมและกิจกรรมท่องเที่ยว ส่งเสริมให้คนในชุมชนเห็นคุณค่า สร้างความภาคภูมิใจจนสืบทอดส่งต่อคนรุ่นหลัง มีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและในแง่ของความสุขความภูมิใจ รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างคนในชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ รับรู้ความเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกัน (Warunsap, 2018)



ทั้งนี้ เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในกรอบแนวคิด 3s (The 3S principles) อันเป็นเกณฑ์ตามทฤษฎีการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้กำหนดไว้ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) การสืบค้นให้ได้เรื่องราว คือ การนำทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาออกแบบกิจกรรม และผู้เล่าเรื่องราวต้องออกแบบการเล่าเรื่องให้ดึงดูดในการเรียนรู้ และสร้างสรรค์ผลงาน 2) การร้อยเรียงให้ให้อรรถรส คือ การได้เรียนรู้จากผู้รู้ ผู้มีประสบการณ์จริง ได้ลงมือทำ เกิดความสนุกสนานและเกิดการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วม การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) และ 3) การออกแบบอย่างมีลีลาเหนือชั้นน่าประทับใจ คือ การออกแบบกิจกรรมอย่างไหลลื่น เป็นกิจกรรมที่ก่อเกิดการพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานของตนเองทั้งผู้มาเยือนและเจ้าของบ้าน อย่างไรก็ตาม การศึกษาค้นคว้าได้นำเกณฑ์ภายในกรอบแนวคิด 3s (The 3S principles) ดังกล่าวมาปรับเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ได้ยึดหลักการประเมิน 3 ด้าน โดยปรับรายละเอียดในแต่ละด้านให้มีประเด็นครอบคลุมต่อบริบทพื้นที่การศึกษา (Pinprachanan, 2022)

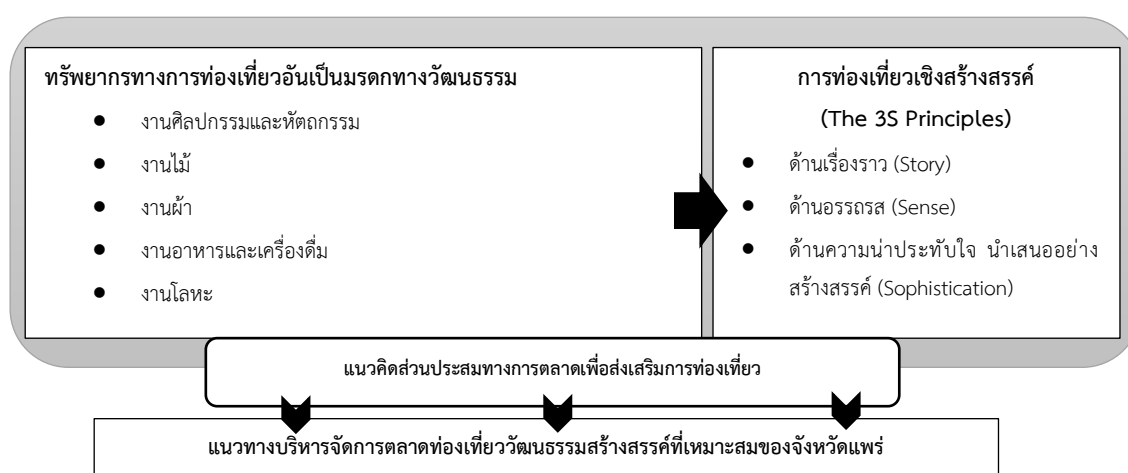
การจัดการส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

การจัดการเป็นการดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ผ่านกิจกรรมที่ประกอบไปด้วย การวางแผน กำหนดเป้าหมายและวิธีการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การจัดการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ ให้เหมาะสมกับแผนงาน การชี้แนะ การจูงใจให้ปฏิบัติตามแผนงาน และการควบคุมการดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (Niamhom, 2021) การจัดการการท่องเที่ยวถือเป็นการวางแผนการท่องเที่ยว โดยดำเนินงานที่คำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมถึงข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว และการตลาดการท่องเที่ยว (Detthongkam, 2021) และณัฐพัชร มณีโรจน์ ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ความสำเร็จได้ ต้องคำนึงถึงการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว (Maneroj, 2017) สำหรับ เกริกกิต ชัยรัตน์ และคณะ ได้ศึกษาถึงการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยนำเอาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อม สินค้าของฝาก อาหารเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ด้านราคา คือ ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย ราคามีความเหมาะสม มีการกำหนด ราคาที่ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การส่งเสริมโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจัดทำสื่อส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล คือ ผู้ให้บริการเจ้าหน้าที่ มีความรู้ในการปฏิบัติงาน มีความเต็มใจในการให้บริการ ด้านกายภาพ คือ บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว การดูแลรักษา ฟื้นฟู แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ ด้านกระบวนการ คือ ขั้นตอนการดำเนินงานด้านท่องเที่ยว การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดข้อปฏิบัติ ข้อห้าม และมาตรการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



(Chairatana, 2022) และได้พบประเด็นการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเติมที่แตกต่างจากการศึกษาของ เกริกกิต ชัยรัตน์และคณะ คือ ศึกษาด้านคู่ค้าพันธมิตร (Partnership) ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) ด้านการวางตำแหน่ง (Positioning) และด้านจัดรายการนำเที่ยว (Programming) (Kwamkhunkoei, 2022) อย่างไรก็ตาม การศึกษาทบทวนแนวคิดดังกล่าว ได้นำไปสู่ประเด็นการอภิปรายกลุ่มเพื่อการจัดทำแนวทางการบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่ต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพโดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นแพร์ กลุ่มชุมชนเขตเมือง กลุ่มนักธุรกิจบริการ การท่องเที่ยว สมาคมด้านธุรกิจการท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวเครือข่ายลูกหลานเมืองแพร์ คุณลักษณะเป็นผู้มีประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถต่อการพัฒนาพื้นที่จังหวัดแพร์ ประสบการณ์อย่างน้อย 3 ปี รวมถึงกลุ่มหน่วยงานราชการท้องถิ่นจังหวัดแพร์ เทศบาลเมืองแพร์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร์ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร์ นักวิชาการท่องเที่ยวและการจัดการ เป็นผู้ที่มีบทบาทหน้าที่ ในการส่งเสริมผลักดันการท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดแพร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การอภิปรายกลุ่ม ครั้งที่ 1 โดยใช้กระบวนการการสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านกิจกรรมที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาสู่ฐานกิจกรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร์ ซึ่งมีประเด็นการสอบถาม คือ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสู่การต่อยอดทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการเลือกแบบเจาะจง

2) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างเพื่อให้ได้ข้อมูลความสำคัญเอกลักษณ์ความโดดเด่นของฐานกิจกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งมีประเด็นการสัมภาษณ์ คือ ประวัติความเป็นมาของกิจกรรมสร้างสรรค์ ความโดดเด่น อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ความท้าทายวัฒนธรรมที่สร้างความทรงจำที่คุณค่าแก่นักท่องเที่ยว โดยผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการเลือกแบบเจาะจง คือ ผู้ดูแลหรือเจ้าของกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ได้รับการเสนอรายชื่อจากการอภิปรายกลุ่มครั้งที่ 1 จำนวน 17 คน

3) แบบประเมินศักยภาพกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เป็นการประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ซึ่งพัฒนาเครื่องมือการประเมินโดยประยุกต์ขึ้นจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามกรอบแนวคิด (The 3S Principles) เป็นหลัก และมีการปรับรายละเอียดการประเมินให้ครอบคลุมมุ่งเน้นเรื่องการสร้างสรรค (Creativity) โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ร่วมพัฒนาเกณฑ์การประเมินให้มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ประเมิน

สำหรับการประเมินศักยภาพกิจกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ มีผู้ประเมิน จำนวน 5 คน ประกอบด้วย นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านวัฒนธรรม นักวิชาการด้านการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และตัวแทนภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นการเลือกแบบเจาะจง



ทั้งนี้ เกณฑ์การพิจารณาค่าคุณภาพกิจกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คะแนนรวมทั้งสิ้น 33 คะแนน มีรายละเอียด ดังนี้

A ด้านเรื่องราว (Story) มีจำนวน 3 ด้าน รวม 9 คะแนน ประกอบด้วย

A1 = กิจกรรมมีเรื่องราวสร้างสรรค์มาจากพื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรม (3 คะแนน): กิจกรรมมีเรื่องราวสร้างสรรค์ที่ต่อยอดมาจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะของพื้นที่ สร้างประโยชน์เชิงวัฒนธรรมควบคู่กับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ

A2 = กิจกรรมสร้างสรรค์จากพื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรมที่ปฏิบัติเป็นวิถีชีวิต (3 คะแนน): กิจกรรมสร้างสรรค์ที่จัดขึ้นสอดคล้องวิถีทางวัฒนธรรมประจำวันของพื้นที่ การร่วมกิจกรรมสามารถนัดหมายหรือจองในพื้นที่ได้

A3 = ความทรงคุณค่าของกิจกรรมสร้างสรรค์ (3 คะแนน): กิจกรรมสร้างสรรค์ที่ดำรงไว้ซึ่งความแท้ทางวัฒนธรรม สร้างประสบการณ์แท้ และสร้างความทรงจำที่ทรงคุณค่า

B ด้านอรรถรส (Sense) มีจำนวน 3 ด้าน รวม 9 คะแนน ประกอบด้วย

B1 = การสื่อสารและการบอกเล่าเรื่องราวของผู้นำกิจกรรม (3 คะแนน): การสื่อความหมายทางวัฒนธรรมผ่านผู้สื่อความหมายกิจกรรม เครื่องมือ และเทคนิคร่วมกันอย่างเป็นระบบ สร้างการรับรู้ที่มีเอกภาพให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้ง มีกลไกการสอบถามผลลัพธ์ของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม

B2 = กิจกรรมสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมที่ได้ก่อให้เกิดการใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) (3 คะแนน): กิจกรรมสร้างสรรค์จากการรับรู้ผ่านโสตสัมผัสร่วมกันทุกอย่าง

B3 = สภาพแวดล้อมของพื้นที่กิจกรรมในส่งเสริมประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ (3 คะแนน): สภาพแวดล้อมของพื้นที่กิจกรรม เป็นพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมหรือภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Significance)

C ด้านความน่าประทับใจ ความละเอียดละไมและความละเอียดอ่อนของการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ (Sophistication) มีจำนวน 5 ด้าน รวม 15 คะแนน

C1 = ความต่อเนื่องของกิจกรรมสร้างสรรค์และสุนทรียะความงามของงานสร้างสรรค์ (3 คะแนน): ความต่อเนื่องของกิจกรรมสร้างให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ผลงานสร้างสรรค์และก่อให้เกิดสุนทรียะความงามของงานสร้างสรรค์

C2 = การสร้างแรงบันดาลใจ(Passion) ใจในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ของผู้ร่วมกิจกรรม (3 คะแนน): กิจกรรมได้ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ในรูปแบบผลงานของผู้เข้าร่วมกิจกรรม นำไปสู่การเพิ่มพูนต่อยอดของเจ้าของพื้นที่สร้างสรรค์



C3 = การก่อให้เกิดศักยภาพด้านการผลิตงานสร้างสรรค์แก่ผู้ร่วมกิจกรรม (3 คะแนน): การก่อให้เกิดศักยภาพ ด้านผลิตงานสร้างสรรค์แก่ผู้ร่วมกิจกรรมในระดับการประยุกต์ใช้ (Apply) สร้างผลงานสร้างสรรค์ที่มีความแตกต่าง แปลกใหม่ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างโดดเด่น สร้างความน่าสนใจต่อผลงานซึ่งส่งผลในด้านการตลาด

C4 = การถ่ายทอดเผยแพร่กิจกรรม การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการพัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง (3 คะแนน): นักสร้างสรรค์ได้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์และพัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง มีความทันสมัย

C5 = การสร้างบุคลากรผู้สืบทอดกิจกรรมสร้างสรรค์ (3 คะแนน): มีการสร้างบุคลากร ผู้สืบทอดงานสร้างสรรค์ และพัฒนาองค์กรของตนเอง ตลอดจนมีความร่วมมือกับสังคม ชุมชนอย่างกว้างขวางในการพัฒนา งานสร้างสรรค์

เกณฑ์การให้คะแนน คือ ศักยภาพมาก = 3 คะแนน ศักยภาพปานกลาง = 2 คะแนน และศักยภาพน้อย = 1 คะแนน และเครื่องมือเก็บข้อมูลศักยภาพกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ เครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยผลรวมค่า IOC คือ 0.97

4) การอภิปรายกลุ่มครั้งที่ 2 โดยใช้กระบวนการการสัมภาษณ์กลุ่ม เป็นการสอบถามความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะทางบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์อย่างเหมาะสมของจังหวัดแพร่ โดยมีประเด็นการสนทนากลุ่ม คือ โดยนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเป็นกรอบประเด็นการสอบถามเพื่อให้ได้แนวทางการตลาดเพื่อการจัดการที่เหมาะสมต่อพื้นที่จังหวัดแพร่ มีผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการเลือกแบบเจาะจง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคสนามในพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ จำนวน 3 พื้นที่ ประกอบด้วย พื้นที่หลัก คือ เขตเทศบาลเมืองแพร่ พื้นที่ต่อเนื่อง คือ พื้นที่เขตอำเภอเมืองแพร่ และพื้นที่เชื่อมโยง คือ พื้นที่โดยรอบอำเภอเมืองแพร่ และการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง การประเมินศักยภาพ การอภิปรายกลุ่ม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่างๆ (Document Research) อาทิ หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้ทำการจัดแยกประเด็นเป็นหมวดหมู่ พิจารณาความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) เพื่อวิเคราะห์ความหมายและจัดกลุ่มข้อมูล โดยมีวิธีการ คือ การถอดข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การให้รหัส กำหนดรหัสข้อมูล



(coding) โดยไม่ทำให้สาระสำคัญของข้อมูลหายไป เมื่อทำการใส่รหัสข้อมูลทั้งหมด จึงนำรหัสข้อมูลทั้งหมดมาจัดให้เป็นกลุ่ม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ เพื่อให้ได้ประเด็นตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการประเมินศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่

ในการคัดเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่ ได้ดำเนินการสนทนากลุ่มครั้งที่ 1 พบกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพความโดดเด่น จำนวน 17 กิจกรรม จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลเพื่อให้เห็นถึงศักยภาพความโดดเด่นของกิจกรรมสร้างสรรค์ พบจุดเด่นข้อมูลศักยภาพกิจกรรมสร้างสรรค์เรียงตามกิจกรรม ได้ดังนี้

(1) **กลุ่มวิสาหกิจบ้านไม้ดอนมูล** ผลิตภัณฑ์ไม้จากชุมชนที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น สะท้อนความโดดเด่นความเป็นไทย ยกย่องโดยกรมผสมผสานเทคโนโลยี นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด

(2) **Studio 15** พบผลิตภัณฑ์ไม้ตกแต่งบ้าน ของใช้ ของฝาก ที่สร้างสรรค์จากเศษไม้สัก อันมีเอกลักษณ์โดดเด่นสะท้อนความทันสมัย งานออกแบบงานไม้ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์

(3) **ศูนย์เรียนรู้ไม้สัก THEP** เป็นศูนย์การเรียนรู้ไม้สักของส่วาเทพที่เล่าเรื่องราวงานไม้ผ่านกิจกรรมการลงมือทำของเล่นที่ทำจากงานไม้ที่นำไปสู่กระบวนการมีส่วนร่วมของกิจกรรมสร้างสรรค์ได้

(4) **บ้านมัดใจ** งานศิลปะการย้อมผ้า โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้กระบวนการย้อม และร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์การย้อมผ้าที่ได้ผลงานเป็นของที่ระลึกได้

(5) **แก้ววรรณ** ศูนย์การเรียนรู้การทำผ้าหม้อห้อมธรรมชาติ ภูมิปัญญาศาสตร์การย้อมสีจากธรรมชาติที่รักษา อัตลักษณ์มายาวนานมากกว่า 20 ปี

(6) **ช่วงมีดส่วาเอก** ภูมิปัญญาชุมชนสะท้อนผ่านศิลปะการตีมีดของช่างฝีมือจังหวัดแพร่ พบการจัดกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ “การแข่งขันฟันมีดอึเหนือบแห่งสยาม ครั้งที่ 2 ชิงชนะเลิศประเทศไทย” อันสะท้อนถึงความมีชื่อเสียง คุณภาพงานโลหะของจังหวัดแพร่

(7) **The picnic farm** การสร้างสรรค์ผ่านเมนูอาหาร แหล่งเรียนรู้ปลูกผักปลอดภัย รวมถึงการแปรรูปอาหาร ที่สามารถนำเป็นของฝากของจังหวัดแพร่ได้

(8) **ถนนข้าวแคบ** ศิลปะทางด้านอาหาร ภูมิปัญญาของชุมชนในการสร้างสรรค์เมนูข้าวแคบตามวัตถุดิบ เครื่องปรุงในพื้นที่อันเป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวสามารถชมวิธีการทำและร่วมทดลองเพื่อให้ได้ประสบการณ์ใหม่



(9) **โชคทวีโอสถสมุนไพรม** ความโดดเด่นด้านองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสมุนไพร แหล่งปลูกสมุนไพรมที่บ้านสถานที่ผลิตยาสมุนไพร กิจกรรมเรียนรู้สูตรตำรับยา ชมสวนสมุนไพรโชคทวีและร่วมทำกิจกรรมสุขภาพ

(10) **โฮงชิงหลวง** ภูมิปัญญาดนตรีพื้นบ้านล้านนา แหล่งผลิตเครื่องดนตรีล้านนาโดยเฉพาะ “ซิ่ง” ทำจากไม้สักที่ให้เสียงหนักแน่น นักท่องเที่ยวสามารถร่วมเล่นดนตรี เรียนรู้การทำเครื่องดนตรีพื้นเมือง

(11) **ซ้อแฮ Art studio** ชมศิลปะงานปั้นเซรามิก ที่นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบ สร้างสรรค์ผลงานงานปั้นของตนเอง

(12) **คำมีสตูดิโอ** พบศิลปะงานปั้นเซรามิก โดยนักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมปั้นที่ลวดลายสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง

(13) **ป่าเหี้ยม** แหล่งเรียนรู้สีห้อมธรรมชาติ พบกิจกรรมสร้างสรรค์ที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำ เช่นกิจกรรมเขียนเทียนบนผ้าบาติก ฐานพันผ้าตามจินตนาการ กิจกรรมเรียนรู้และย้อมห้อม

(14) **บายศรี** การออกแบบลวดลายบนผืนผ้าด้วยเทคนิคนำสมัย ความโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนผ้าไทย นักท่องเที่ยวสามารถสร้างสรรค์ศิลปะงานผ้าผ่านการประดิษฐ์เครื่องประดับจากเศษผ้า

(15) **กูปลอน** ศิลปะงานสานกูปลอน การรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อสืบสานองค์ความรู้การสานกูปลอน ประยุกต์เทคนิคการสานสู่การสร้างสรรคชิ้นงานที่ตอบโจทย์การใช้งานร่วมสมัย นักท่องเที่ยวสามารถชมวิธีการสานและเรียนรู้ลงมือปฏิบัติสานกูปลอนเพื่อเป็นผลงานของตนเองได้

(16) **สล่าเงิน** หนึ่งในจังหวัดแพร่ ภูมิปัญญางานฝีมือสะท้อนความงดงามประณีต โดยทายาทที่ขึ้นเงินคนสุดท้ายของจังหวัดแพร่ คือ “สล่าออฟ” หรือช่างออฟ ประณีต ที่สืบสานอัตลักษณ์การตอกสลุงเงินแท้

(17) **ต้นครามแพร่** สัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) “ผ้าห้อมแพร่” พบศักยภาพโดดเด่นของหัตถกรรม เรียนรู้การใช้สีจากธรรมชาติ การย้อมห้อม เส้นของเมืองแพร่

จากข้อมูลศักยภาพกิจกรรมสร้างสรรค์ที่พบในพื้นที่จังหวัดแพร่ จำนวน 17 กิจกรรม ได้ประเมินศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่ เพื่อให้เห็นถึงระดับศักยภาพของแต่ละกิจกรรม โดยพบคะแนนศักยภาพของแต่ละฐานกิจกรรม สามารถแสดงผลได้ตามตาราง ดังนี้



ตารางที่ 1 แสดงผลประเมินศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่

ประเด็น การ ประเมิน	กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์																	คะแนนรวมรายด้าน
	กลุ่มวิสาหกิจบ้านไม้คอนมูเต	Studio 15	ศูนย์เรียนรู้ไม้สัก THEP	บ้านไม้ใจ	แก้ววรรณา	ช่วงมีดสลาเอก	The picnic farm	ถนนข้าวแคบ	โชดทวีโฮสเทลสมุนไพร	โธงชิงหลวง	ชอเฮ Art studio	คำมีสตูดิโอ	ป่าห้วยม	นายศรี	กุ่มดอน	สถานี	ต้นครามแพร่	
A = เรื่องราว (Story)																		
A1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
A2	1	1	1	3	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	36
A3	2	1	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	41
B = อรรถรส (Sense of Place)																		
B1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
B2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
B3	1	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	31
C = ความน่าประทับใจ ความละเอียดละไมและความละเอียดอ่อนของการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ (Sophistication)																		
C1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	3	1	1	31
C2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	48
C3	1	1	2	2	3	2	2	1	2	3	2	3	1	3	2	1	2	32
C4	2	2	1	2	2	3	3	1	3	2	3	2	1	3	2	1	2	35
C5	3	1	1	1	2	1	1	1	2	3	2	1	2	3	2	1	2	29
รวม	20	16	20	23	26	22	23	20	23	28	24	25	23	28	26	17	24	
อันดับ	7	9	7	5	2	6	5	7	5	1	4	3	5	1	2	8	4	

ผลคะแนนศักยภาพของฐานกิจกรรมสร้างสรรค์ ในภาพรวมรายด้านพบศักยภาพทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่ คือ (A1) กิจกรรมมีเรื่องราวสร้างสรรค์มาจากพื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรม พบคะแนนศักยภาพมากที่สุดซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่จังหวัดแพร่มีความโดดเด่น เอกลักษณ์ทางด้านมรดกวัฒนธรรมสร้างสรรค์ สามารถนำมาสู่การสร้างเรื่องราวทางการท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวถือเป็นจุดแข็งทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ได้ และเมื่อพิจารณาถึงคะแนนศักยภาพกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์รายด้าน พบคะแนนน้อยที่สุด คือ (B1) การสื่อสารและการบอกเล่าเรื่องราวของผู้นำกิจกรรม จึงทำให้สังเกตเห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านการเตรียมความพร้อมของผู้



ให้บริการทางการท่องเที่ยว ให้สามารถสื่อความหมายทางวัฒนธรรมผ่านผู้สื่อความหมาย กิจกรรม เครื่องมือ และเทคนิคการสื่อสารเรื่องราวร่วมกันอย่างเป็นระบบ เป็นสร้างการรับรู้ที่มีเอกภาพให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีกลไกการสอบทานผลลัพธ์ของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ที่ 2 แนวทางบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่เหมาะสมของจังหวัดแพร่

แนวทางการบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างเหมาะสมของจังหวัดแพร่ เป็นแนวทางที่ได้จากการดำเนินการสทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลหลัก พบแนวทางการจัดการของพื้นที่เพื่อการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เหมาะสมของ 17 ฐานกิจกรรม สามารถสรุปประเด็นแนวทางได้ ดังนี้

1. การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1.1 การรวมกลุ่มของฐานกิจกรรมเพื่อร่วมออกแบบสร้างเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์จังหวัดแพร่ และกำหนดความโดดเด่นของกิจกรรมในแต่ละฐานกิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้เห็นความแตกต่างของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในแต่ละฐานกิจกรรม

1.2 การสร้างเครือข่ายกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์จังหวัดแพร่ เพื่อมุ่งพัฒนาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.3 การรวบรวมภูมิปัญญาเพื่อจัดการองค์ความรู้ สร้างกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ก่อให้เกิดการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ อันเป็นการสร้างบุคลากรผู้สืบทอดกิจกรรมสร้างสรรค์

1.4 การร่วมกันออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดการใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) และออกแบบบูรณาการระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่หลากหลาย เช่น การออกแบบของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ศิลปะจากศิลปินในพื้นที่ คือ ภูมิปัญญางานไม้โลหะ (ตีมีด) งานไม้ และการย้อม ทอผ้า



ภาพที่ 2 การบูรณาการภูมิปัญญางานโลหะ งานไม้ และงานผ้า ของพื้นที่จังหวัดแพร่



2. การจัดการด้านราคาอย่างเหมาะสม

2.1 วางแผนร่วมกันเพื่อกำหนดราคาค่าบริการให้สอดคล้องต่อกลุ่มกิจกรรมสร้างสรรค์ที่คล้ายกันในพื้นที่ เช่น ศิลปะงานผ้า ศิลปะงานไม้ เป็นต้น

2.2 วางแผนร่วมกันเพื่อกำหนดราคาตามฤดูกาลท่องเที่ยวที่เหมาะสม การกำหนดราคาการให้บริการควรแจ้งข้อมูลผ่านช่องทางสื่อสารที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ก่อนเข้าร่วมกิจกรรม

2.3 การวางแผนกำหนดราคาการให้บริการตามขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาดูงาน กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบคู่รัก กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว เป็นต้น

3. การจัดการด้านสถานที่จัดกิจกรรมสร้างสรรค์

3.1 วางแผนออกแบบตกแต่งสถานที่จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์พื้นถิ่นของจังหวัดแพร่ และการตกแต่งที่สามารถสะท้อนศิลปะเรื่องราวมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดแพร่ เพื่อการเชื่อมโยงไปยังจุดให้บริการกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นที่ใกล้เคียง

3.2 การจัดสรรแบ่งพื้นที่เพื่อการเรียนรู้ร่วมกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว และการออกแบบพื้นที่ให้เหมาะสำหรับการร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีวัฒนธรรมประจำวันของพื้นที่

3.3 การจัดให้มีป้ายข้อมูลอธิบายรายละเอียดคุณค่าของกิจกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงป้ายข้อมูลให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในพื้นที่

4. การจัดการด้านส่งเสริมการตลาด

4.1 การวางแผนจัดทำส่งเสริมทางการตลาด การให้ส่วนลดร่วมกับผู้ประกอบการภาคเอกชน เช่น ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก เป็นต้น

4.2 วางแผนจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องตลอดทั้งปี ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน เป็นการถ่ายทอดเผยแพร่กิจกรรม การสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นข้อมูลที่ทุกหน่วยงานสื่อสารให้สอดคล้องกัน

4.3 ร่วมวางแผนวิเคราะห์รูปแบบช่องทางสื่อสารที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และสามารถสื่อสารให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

5. การจัดการด้านผู้ให้บริการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

5.1 การวางแผนการจัดอบรมหลักสูตรเพื่อเพิ่มเทคนิคการบรรยาย การเล่าเรื่องท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่ การจัดให้มีการอบรมทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เพื่อรองรับการบรรยายให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



5.2 การวางแผนการจัดอบรมหลักสูตรเพิ่มทักษะผู้ให้บริการด้านคุณภาพการให้บริการ การสร้างความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อการยกระดับมาตรฐานการให้บริการของพื้นที่จังหวัดแพร่ได้

5.3 การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมจำนวนด้านผู้ให้บริการเหมาะสมต่อจำนวนของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้นในอนาคต รวมถึงการวางแผนการสืบทอดนักเล่าเรื่องให้แก่คนรุ่นต่อไป เพื่อการสืบทอดเรื่องราวภูมิปัญญาอันมีค่าของพื้นที่

จากการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวทางการบริหารจัดการตลาดของพื้นที่จังหวัดแพร่ ได้พบกระบวนการที่สำคัญต่อการบริหารจัดการเฉพาะพื้นที่เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ อันเป็นองค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาในครั้งนี้ รายละเอียดดังนี้

กระบวนการบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์จังหวัดแพร่

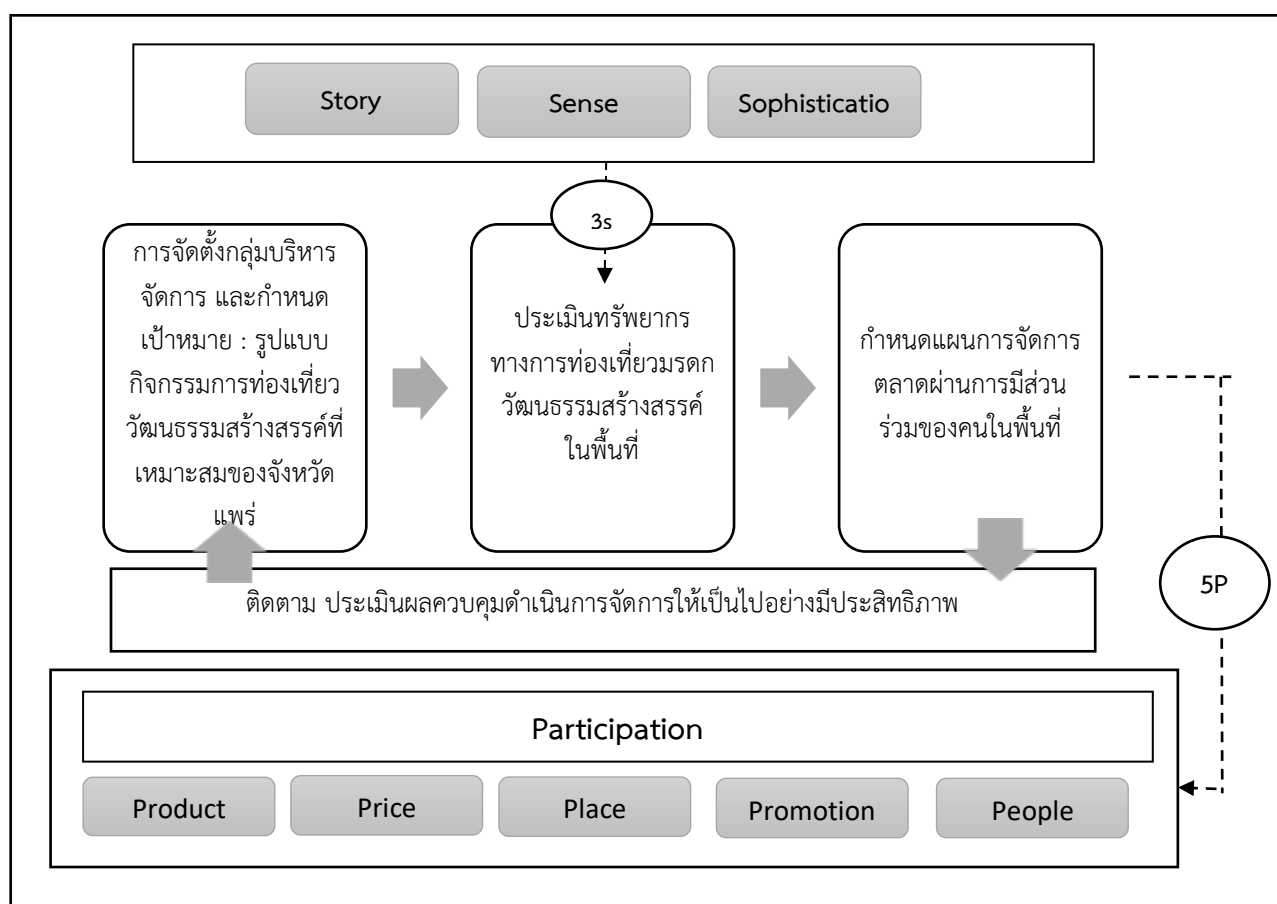
ขั้นตอนที่ 1 การจัดตั้งกลุ่มเพื่อการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ได้อย่างเข้มแข็ง การแบ่งบทบาทหน้าที่เพื่อให้เกิดความชัดเจน ทราบขอบเขตการจัดการเพื่อไม่ให้เกิดการซ้ำซ้อนในหน้าที่กระบวนการทำงาน และควรคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของหน่วยงานทั้งภาคประชาชน ภาคเอกชน ภาครัฐ เพื่อนำมาสู่กำหนดเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ให้ชัดเจนโดยพื้นที่จังหวัดแพร่ได้มุ่งพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยการนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น มาสร้างมูลค่าเพิ่ม กระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้กับพื้นที่

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่ การนำหลัก 3s (The 3S principles) ประกอบด้วย ด้านเรื่องราว (Story) ด้านอรรถรส (Sense) ด้านความน่าประทับใจ และความละเอียดละไมและความละเอียดอ่อนของการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ (Sophistication) มาเป็นเกณฑ์การประเมินศักยภาพของกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่พัฒนาสู่ความยั่งยืน

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดแผนการจัดการตลาดผ่านการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ทั้งนี้ เมื่อประเมินและได้พบกิจกรรมที่มีศักยภาพพร้อมพัฒนาสู่รูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์แล้ว จึงนำมาสู่การกำหนดแผนพัฒนาการจัดการตลาดร่วมกัน เป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มาจากความต้องการของคนในพื้นที่ โดยพื้นที่จังหวัดแพร่ พบแนวทางที่มุ่งพัฒนาประกอบด้วย การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การจัดการด้านราคาอย่างเหมาะสม การจัดการด้านสถานที่จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ การจัดการด้านส่งเสริมการตลาด และการจัดการด้านผู้ให้บริการอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งการพัฒนาทั้ง 5 ด้าน ต้องยึดหลักของการจัดการอย่างมีส่วนร่วม (Participation)



ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานให้คนในกลุ่มได้ทราบปัญหา อุปสรรค เพื่อหาแนวทางปรับการทำงาน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ของพื้นที่จังหวัดแพร่เป็นเมืองท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 3 กระบวนการบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์จังหวัดแพร่



อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ได้กล่าวไว้ใน สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 4/2562 โดยสามารถสรุปปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนา ดังนี้

- 1) ความสามารถในการค้นพบวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น
- 2) การค้นพบทางเลือกของรูปแบบการท่องเที่ยว
- 3) การพัฒนาควรดำเนินการในลักษณะครบวงจรตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain)
- 4) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยทั้งในรูปของการจัดผังเมือง และพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมสนับสนุนที่เอื้อต่อจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่
- 5) การค้นพบกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ว่า
- 6) มีระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวมและแต่ละพื้นที่
- 7) มีกิจกรรมในการสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักของชุมชนถึงความสำคัญของการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์
- 8) ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
- 9) การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Economics Tourism and Sports Division Ministry of Tourism and Sports, 2023) ทั้งนี้ ในการศึกษาพบผลการประเมินศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่พบคะแนนภาพรวมรายด้าน A1 : กิจกรรมในพื้นที่จังหวัดแพร่มีเรื่องราวสร้างสรรค์มาจากพื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรม เช่น สล่าเงินหนึ่งเดียวในจังหวัดแพร่ ศิลปะการสานกบลอนโบราณ สล่าตีมีด ภูมิปัญญางานไม้ และศาสตร์การย้อมผ้าจากธรรมชาติ เป็นต้น พบว่ามีคะแนนศักยภาพมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสที่สอดคล้องกับปัจจัยความสำเร็จข้างต้น ในประเด็นที่กล่าวว่าปัจจัยความสำเร็จเกิดจากการค้นพบวัฒนธรรมที่โดดเด่นในพื้นที่ สำหรับผลประเมินศักยภาพยังพบประเด็นที่มีความสอดคล้องกับปัจจัยสู่ความสำเร็จ คือ การมุ่งพัฒนากิจกรรมที่สามารถสร้างความรู้ ความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสร้างสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนต่อการจัดกิจกรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงคะแนนศักยภาพรายด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ B1 : การสื่อสารและการบอกเล่าเรื่องราวของผู้นำกิจกรรม จึงทำให้เล็งเห็นถึงความสำคัญต่อแนวทางบริหารจัดการพื้นที่ โดยให้ความสำคัญต่อการจัดการผู้ให้บริการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพิ่มทักษะการบรรยาย เทคนิคการเล่าเรื่องได้อย่างน่าสนใจ รวมถึงทักษะการให้บริการในด้านอื่นเพื่อการบริการอย่างมีคุณภาพ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรให้ความสำคัญจัดสรรงบประมาณเพื่อบริหารจัดการด้านคนหรือผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ (Wongrod, 2016) รวมถึงชุมชน องค์กรหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาโดยเฉพาะพัฒนาบุคลากรในด้านความรู้ ทักษะ การจัด



กิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจน การจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดในการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลายรูปแบบเพื่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ และองค์กรที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ต้องร่วมส่งเสริม สนับสนุนให้มีการอบรมคนในท้องถิ่นให้สามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ การตลาด ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้กับชุมชน บนฐานความเข้าใจและศักยภาพของชุมชน ในฐานนะเจ้าของทรัพยากรที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ โดยอาศัยนักท่องเที่ยวที่ถือเป็นลูกค้าเป็นกลไกการขับเคลื่อนความยั่งยืนของการจัดการการท่องเที่ยว (Thongdee, 2017) เช่นเดียวกับ กฤษณะ เนียนหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์ ที่กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่าชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพ เนื่องจากขาดการจัดการที่เหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม หน่วยงานต่างๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทไม่สมดุลในการวางแผน บริหารจัดการ และการตลาด การพัฒนาดำเนินไปตามนโยบายภาครัฐในขณะที่ชุมชนมีส่วนร่วมน้อย จึงทำให้ชุมชนไม่เข้าใจแผนและการพัฒนาพื้นที่ (Niamhom, 2021) รวมถึงฐิติภา บำรุงศิลป์ และคณะ ได้กล่าวว่ารูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของชุมชนมีคุณลักษณะสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน การนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ในการจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์สร้างสรรค์ และการสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อให้เกิดความสำเร็จและเกิดความยั่งยืน (Bamrungsin, 2022) และเมื่อพิจารณาพื้นที่จังหวัดแพร่พบการสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่างๆ ประกอบด้วย ภาครัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการ คนในพื้นที่ที่ประกอบการธุรกิจ โรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว กลุ่มสมาคมการท่องเที่ยว นักอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยทุกฝ่ายร่วมกำหนดเป้าหมาย การวางแผนการดำเนินการจัดการท่องเที่ยว กำหนดทิศทางการตลาดโดยมุ่งคำนึงถึงผลได้และผลเสียของคนในพื้นที่เป็นสำคัญ

อนึ่ง การสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการบนพื้นฐานความเข้าใจของผู้พัฒนาหรือผู้ผลิตแต่เพียงด้านเดียว (Supply Side) ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงสูงในการล้มเหลว ดังนั้น การพัฒนาจึงควรนำเอาความคิดเห็นผู้ใช้หรือผู้บริโภค มาวิเคราะห์ร่วมต่อการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ และดารณี พลอยจันทร์ ยังได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากทุนวัฒนธรรม ควรคำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน สังคม วัฒนธรรม รวมถึงสิ่งแวดล้อมในชุมชน โอกาสการสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ (Ploychan, 2016) เช่นเดียวกับ สุมาลี นันทศิริพล ที่ได้ศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีประเด็นการจัดการบริการของแหล่งท่องเที่ยว คือ การ



จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวควรมีความหลากหลายเหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย และไม่ขัดต่อวัฒนธรรมอันดีงาม มีการอนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม (Nunthasiriphon, 2017) และ เกริกชัย ชัยรัตน์ และคณะ ที่ได้ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษา ซึ่งสอดคล้องกับพื้นที่ของจังหวัดแพร่ ที่มีลักษณะทางกายภาพด้านมรดกทางวัฒนธรรมทางสถาปัตยกรรม อาคารเก่า อาคารดั้งเดิมที่สามารถสร้างบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (Chairatana, 2022)

จากบทนำข้างต้น ที่กำหนดเป้าหมายให้ภาคเหนือเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง โดยมุ่งพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อยอดจากทุนทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้น สอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ คือ ได้ค้นพบศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดแพร่ โดยนำหลักสร้างสรรค์มาประเมินศักยภาพเพื่อให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ตลอดจนได้แนวทางการบริหารจัดการตลาดเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของพื้นที่ในอนาคตที่จะสามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้งระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในภาคและประเทศเพื่อนบ้านได้ อันเป็นโอกาสในการยกระดับขีดความสามารถของพื้นที่ในอนาคตต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- Anantamongkolkul, C. &. (2019). Creative Tourism Behaviour of Cultural Tourists in Phuket. *Journal of International and Thai Tourism*, 15(2), 1-20.
- Anuntavoranich, P. (2021). Development of Cultural and Creative Tourism Development Model: Case Studies of Cultural and Creative Tourism Development in 3 Communities. *Burapha Journal of Business Management*, 10(2), 65-90.
- Bamrungsin, T. I. (2022). A Model of Creative Tourism Development for Cultural Preservation of Lao Klang in Kud Jok, Chinat Province. *Journal of International and Thai Tourism*, 18(1), 45-61.
- Chairatana, K. N. (2022). The Use of Marketing Mix to Development and Promote Cultural Tourism in Loei Province. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 5(5), 111-124.



- Chinabut, W. (2018). Development of Creative Tourism Resources of Pathumthani Provinceto Accommodate ASEAN Tourists. *The Journal of Development Administration Research*, 8(1), 1905-2219.
- Detthongkam, K. (2021). Developing and driving creative tourisms towards sustainability under COVID-19 pandemic. *Journal of International and Thai Tourism*, 17(2), 1-18.
- Division Strategy and Planning *The local development plan (2023-2027)*
Economics Tourism and Sports Division Ministry of Tourism and Sports
- Kwamkhunkoei, J. &. (2022). The Study of Marketing Mix on Cultural Tourism within the Vicinity Central Provincial Cluster. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 8(3), 66-81.
- Maneeroj, N. (2017). Community Based Tourism Management. *Journal of International and Thai Tourism*, 13(2), 25-46.
- Niamhom, K. &. (2021). Community-Based Cultural Tourism Management. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 350-363.
- Nunthasiriphon, S. (2017). Service Management Potentials of Tourism Products to Promote Cultural Tourism. *Phranakhon Rajabhat Research Journal (Humaniti*, 12(1), 138-151.
- Office of the National Economic and Social Development Council *Draft for regional development plan (2023-2027)*
- Pinprachanan, T. P. (2022). Creative Tourism Activities Development for Cultural Conservation of Urak Lawoi Ethnic Group on Lanta Island, Krabi Province. *Journal of Arts Management*, 6(3), 1348-1368.
- Ploychan, D. (2016). Cultural Capital of The Hmong Hill Tribe with Strategiesto Promote Creative Tourism. *The Journal of Social Communication Innovation*, 4(1), 5-17.
- Tachakitkachorn, T. B. (2020). Tourism Management for Preserved Area of Cultural Heritages in Architecture Old Towns at Lamphun, Phrae, and Nan Provinces. *Humanities & Social Sciences* , 37(2), 38-63.
- Thongdee, N. &. (2017). The Community Tourism Marketing Management based on Cultural Heritage Site of Khong-Chi-Mun River Basin for Linked Thai–Laos-Vietnam Tourism. *Area Based Development Research Journal*, 9(2), 122-137.



Warunsap, D. W. (2018). A Cultural Capital Management Model for Creative Tourism in Thailand. *ARU Research Journal Humanities and Social Sciences*, 5(1), 17-24.

Wongrod, V. (2016). The Development Approach for Cultural Tourism Management: A Case Study on Thai Zong Dam Community in Ban Nong Noen, Nakhon Sawan Province. *Journal of Social Academic*, 9(2), 26-44.

