

รายงานการวิจัย

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โครงการย่อย 2.4

การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้
และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

โครงการสร้างเสริมพลังชุมชน ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ช่วงที่ 2 ประเภทโครงการ Top down

ผู้รับผิดชอบโครงการย่อย

1. หัวหน้าโครงการ: อ.สุภาพร โพธิ์แก้ว
สังกัด: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
โทร. 095-720-9111
E-mail: Supaporn.Ph@chula.ac.th
2. นักวิจัย: รศ.เมธา เสรีธนาวงศ์
สังกัด: คณะนิเทศศาสตร์
โทร. 084-019-9904
E-mail: jibbig@hotmail.com
3. นักวิจัย: ผศ.ดร.ฐิตินัน บัญญาพ คอมมอน
สังกัด: คณะนิเทศศาสตร์
โทร. 081-911-5099
E-mail: Looknok@hotmail.com
4. นักวิจัย: อ.ดร.เจษฎา ศาลาทอง
สังกัด: คณะนิเทศศาสตร์
โทร. 085-913-5525
E-mail: Jess.salathong@gmail.com

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
1. หลักการและเหตุผล	4
2. วัตถุประสงค์	5
3. กระบวนการวิจัย	5
4. ผลการวิจัย	
4.1 การสร้างการสื่อสารบน Digital Platform	
• Methodology Framework	7
• กระบวนการดำเนินงาน	8
• การสำรวจพฤติกรรมทางท่องเที่ยวและความเข้าใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	9
• การสำรวจศักยภาพการสื่อสารของชุมชน	12
• การเลือกรูปแบบ Digital Platform	13
• การออกแบบเนื้อหาบน Digital Platform	13
4.2 การสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้ประโยชน์ Digital Platform	21
4.3 การประชาสัมพันธ์ Digital Platform เพื่อสร้างการรับรู้และมีส่วนร่วม	52
4.4 ผลกระทบและตัวชี้วัดเชิงปริมาณ	61
5. ข้อเสนอแนะ	63

1. หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักแก่ประเทศไทยมากกว่า 20 ปี แต่รายได้จากการท่องเที่ยวก็นำมาซึ่งการบริโภครักษาการอย่างเกินพอดีและส่งผลกระทบต่อท้องถิ่น ยิ่งกว่านั้นในหลายพื้นที่ยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมชุมชน เพราะวัฒนธรรมได้ถูกทำให้กลายเป็นสินค้า ทำให้ลักษณะพหุวัฒนธรรมได้รับผลกระทบไปสู่การเป็นวัฒนธรรมเดียว ด้วยสภาพการณ์ดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้หันมาส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คือการจัดการท่องเที่ยวที่มีสำนึกรับผิดชอบและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ภายใต้นโยบายนี้ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม(คณะทำงานโครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, 2555) นับเป็นแนวคิดสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ในระยะแรก มุ่งที่กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรคทางศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี ฯลฯ บางครั้งเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวลงมือทำโดยชุมชนท้องถิ่นไม่ได้มีส่วนร่วมด้วย แต่บางครั้งก็มีส่วนร่วมและเรียนรู้จากกันและกัน ทำให้เกิด “ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้าน-ผู้มาเยือน” (host-guest interaction) แต่ในระยะต่อมา UNESCO (2006) หนึ่งในผู้นำการเคลื่อนไหวเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เน้นว่าการท่องเที่ยวดังกล่าวควรสอดแทรกประสบการณ์การเข้าถึงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การมีปฏิสัมพันธ์เชิงประสบการณ์ (experientially) อย่างแท้จริงกับผู้คนและสถานที่ (Smith, Macleod and Robertson 2010:33)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมพหุวัฒนธรรมให้ยั่งยืน การสื่อสารถือเป็นปัจจัยการขับเคลื่อนที่สำคัญเพราะเป็นเครื่องมือในการทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม สร้างปฏิสัมพันธ์ และสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การสื่อสารที่สร้างสรรค์ยังมีพลังในการปรับเปลี่ยนการรับรู้ที่ถูกต้อง เหมาะสม เกิดความเข้าใจในความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม และเคารพต่อวิถีที่แตกต่างในสังคมพหุวัฒนธรรม และถึงแม้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารทุกวันนี้เอื้อให้เกิดการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารและทัศนคติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเป็นไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว แต่กระนั้นก็พบว่าเนื้อหาทางวัฒนธรรมกลับขาดความสมดุลเพราะผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมยังขาดโอกาสการเล่าเรื่องราวจากมุมมองของตน ทั้งในการสื่อสารอัตลักษณ์และจิตวิญญาณ โดยเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ ชาวเล ในสังคมไทย และชุมชนในพื้นที่แนวชายแดน อันเป็นพื้นที่สังคม

พหุวัฒนธรรมที่มีความเปราะบางเนื่องจากกำลังเผชิญผลกระทบจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นแนวคิดที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนดังกล่าว เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ร่วมและการเรียนรู้ นอกจากจะเป็นการรื้อฟื้นศักดิ์ศรีทางวัฒนธรรมของชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างโอกาสเชิงเศรษฐกิจ และเป็นแรงขับให้ชุมชนหันมาเสริมสร้างวัฒนธรรมของตนให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมพหุวัฒนธรรมยังต้องอาศัยการขับเคลื่อนด้วยการสื่อสารที่สร้างสรรค์และมีคุณภาพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ตลอดจนการพัฒนานวัตกรรมสื่อสาร ให้เกิดเป็นเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนด้วยกันเองและกับนักท่องเที่ยว การเสริมสร้างศักยภาพและโอกาสดังกล่าวให้กับชุมชนจะส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดความยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและพัฒนาการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมพหุวัฒนธรรม ในพื้นที่ชุมชนชาวเลชายฝั่งอันดามัน และพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมาตอนใต้

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประชาชน
2. เพื่อสร้างพื้นที่การสื่อสารระหว่างชุมชน นักท่องเที่ยว และสาธารณะ เพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
3. เพื่อพัฒนาทักษะการผลิตสื่อของชุมชนเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. กระบวนการวิจัย

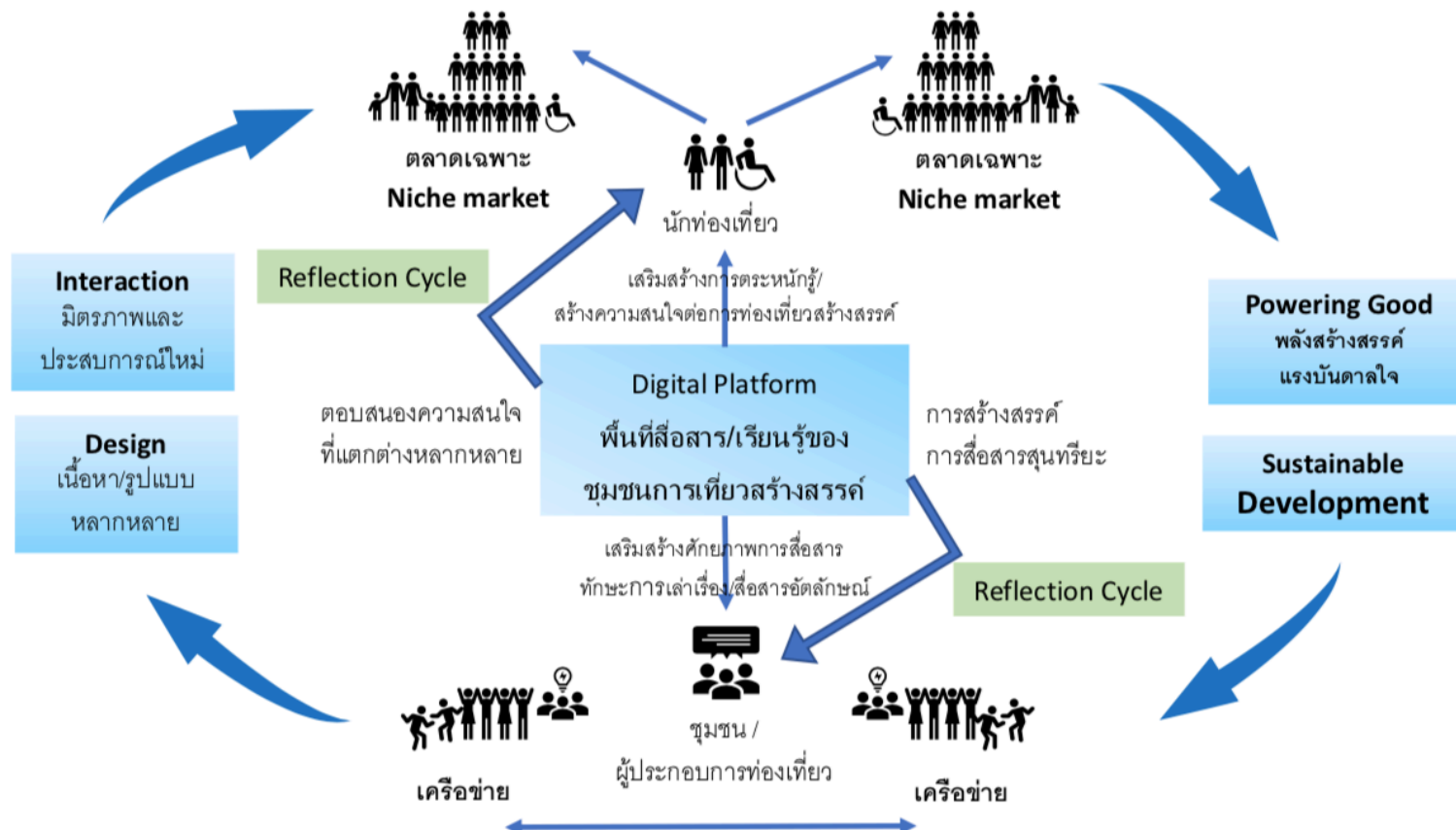
ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อศึกษาทัศนคติและความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประชาชน รวมทั้งวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ที่เน้นการออกแบบและพัฒนาการสื่อสาร เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง และใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวขับเคลื่อน โดยนักวิจัยทำหน้าที่สังเกตการณ์ จดบันทึก และมีประสบการณ์ร่วม ร่วมกับนักวิจัยของโครงการย่อยที่ 2.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านการเชื่อมความสัมพันธ์ของผู้คนระหว่างไทย-เมียนมา และโครงการย่อยที่ 2.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนชาวเลชายฝั่งอันดามัน

ทั้งนี้ เนื่องจากเกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทำให้โครงการไม่สามารถลงเก็บข้อมูลร่วมกับโครงการย่อยที่ 2.2 อีกทั้ง ปรับแผนการดำเนินงานจากการลงพื้นที่เพื่ออบรมเชิงปฏิบัติพัฒนาทักษะการผลิตสื่อแก่ชุมชน เป็นการผลิตสื่อเรียนรู้ออนไลน์บน Digital Platform

4. ผลการวิจัย

4.1 การสร้างการสื่อสารบน Digital Platform

กรอบวิธีดำเนินงาน (Methodology Framework)



กระบวนการดำเนินงาน

1. Formative Research

1.1 การสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความเข้าใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการใช้สื่อในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว และสำรวจศักยภาพการสื่อสารของชุมชน

2. Process Evaluation

2.1 ออกแบบและผลิตสื่อการเรียนรู้ที่มีเนื้อหาหลากหลายรูปแบบการนำเสนอ ได้แก่ คลิปวิดีโอ บทความ ภาพถ่าย Infographic คลิปเสียง ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นอัตลักษณ์ตัวตน ชุมชน ความคิดสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์ ความยั่งยืน

2.2 ออกแบบและพัฒนา Digital Platform “เที่ยวสร้างสรรค์”

(www.creativejourneyth.com) ให้เป็นพื้นที่การสื่อสารทั้งในด้านเผยแพร่และแลกเปลี่ยนบทเรียนรู้ ประสบการณ์ ข้อมูล ภายใต้กรอบแนวคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสุนทรีย์ และตอบสนองความสนใจที่แตกต่างหลากหลาย

2.3 ขยายเครือข่ายผู้ใช้และการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว และสื่อท้องถิ่น บน Digital Platform “เที่ยวสร้างสรรค์”

(www.creativejourneyth.com)

2.4 วิธีการและแนวทางการออกแบบสื่อและการสื่อสาร ภายใต้กรอบแนวคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสุนทรีย์ และตอบสนองความสนใจที่แตกต่างหลากหลาย

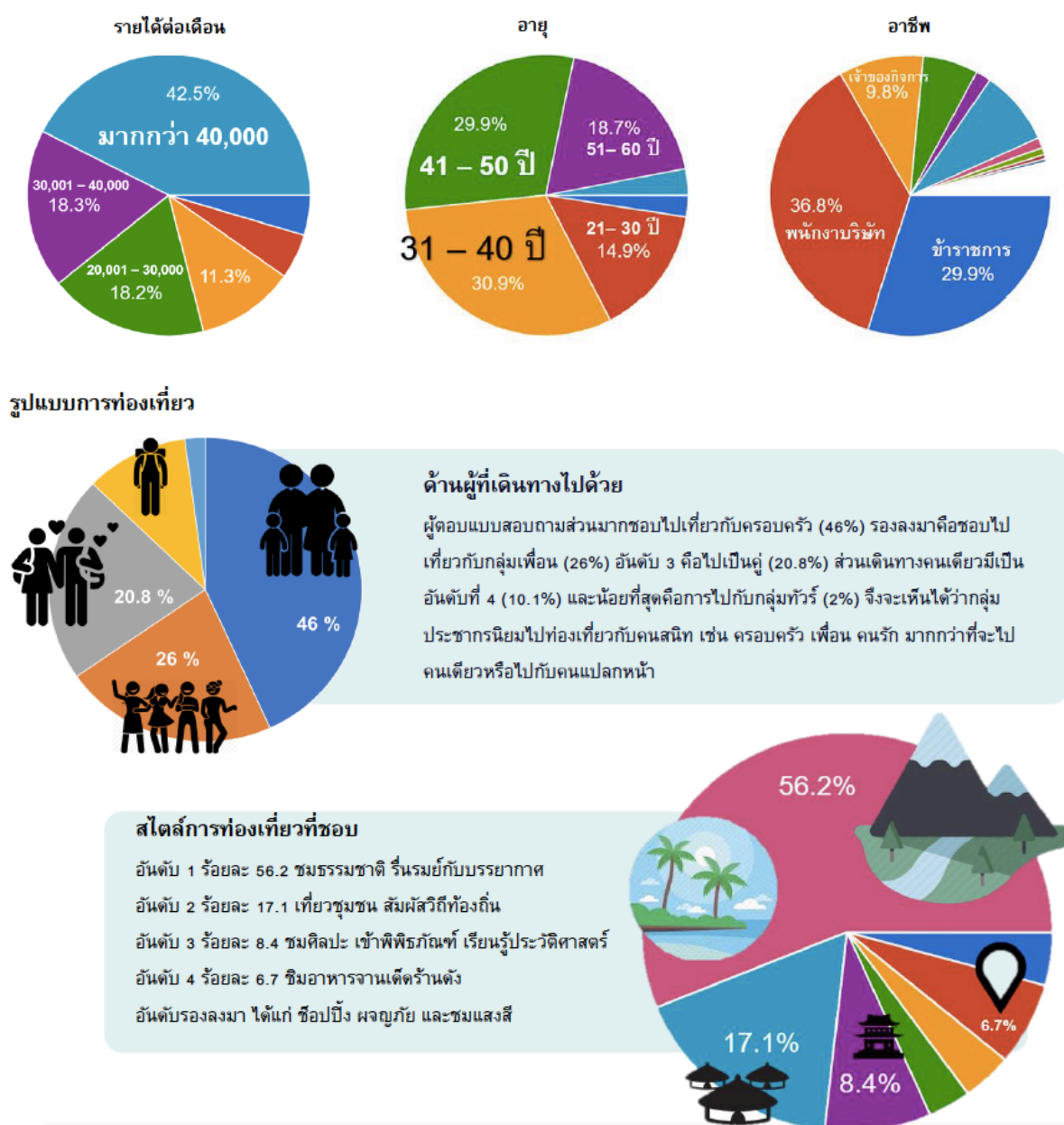
3. Summative Research

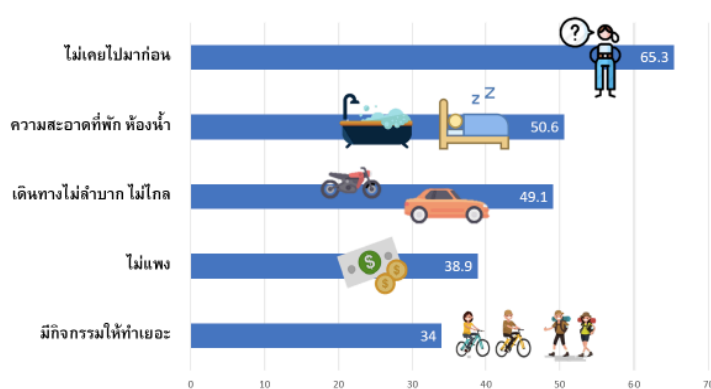
3.1 จัดกระบวนการกลุ่ม Storytelling / Reflective Cycle กับการเรียนรู้และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดประจวบฯ และระนอง

3.2 ถอดบทเรียนการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้เข้าร่วมวิจัยและทีมวิจัย โดยใช้โมเดล CIPP evaluation model (พัฒนาโดย Daniel Stufflebeam และคณะ) โดยประเมิน 4 ด้าน คือ Context, Input, Process and Product

- การสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความเข้าใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (เก็บข้อมูล 30 พฤษภาคม 2562 ถึง 2 กรกฎาคม 2562)

รวบรวมความคิดเห็นทั้งหมด 1,088 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยกระจายแบบสอบถามออนไลน์โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มผู้วิจัยใช้เหตุผลตามความเหมาะสม ผ่านช่องทางหลากหลาย Facebook Page ที่มีผู้ติดตามหลากหลายกลุ่ม รวมถึง Line ที่มีความสนใจต่างกัน พบการกระจายตัวของประชากรในการศึกษาคือ กลุ่มประชากรแบ่งเป็นเพศหญิง 744 ชาย 331 และไม่ระบุอีก 13 คน พบข้อมูลพฤติกรรม ทักษะ และลักษณะประชากรน่าสนใจ ดังนี้



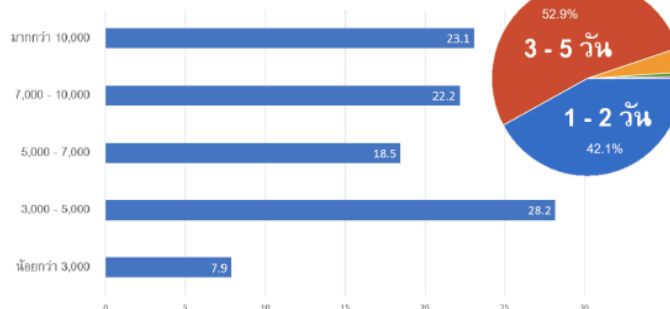


ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจไปสถานที่ท่องเที่ยว

คำถามในข้อนี้เป็นลักษณะเลือกตอบได้หลายข้อ ร้อยละจึงเกินเต็มส่วน 100 ได้ ผลปรากฏว่า ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดคือร้อยละ 65.3 คือเป็นที่ที่ยังไม่เคยไป รองลงมาคือความสะอาดของที่พักและห้องน้ำ ปัจจัยด้านการเดินทาง ราคาที่ไม่แพง และนอกจากนั้นยังมีเรื่อง รีวิวจากสื่อต่างๆ ที่มีความสำคัญใกล้เคียงกับกิจกรรมในระหว่างท่องเที่ยวด้วย

ระยะเวลาและการใช้จ่ายในการเที่ยวในแต่ละครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายในงบประมาณ 3,000 – 5,000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือมากกว่า 1 หมื่นบาท ส่วนระยะเวลานั้น มากถึงร้อยละ 95 กระจุยอยู่ที่ 1-5 วัน โดยอันดับ 1 ร้อยละ 52.9 คือ 3-5 วัน และ 1 – 2 วัน ที่ร้อยละ 42.1



Information platforms

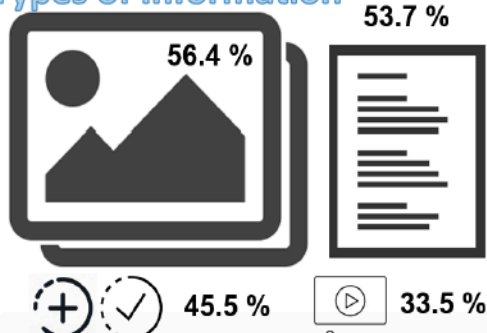


การค้นหาและการแชร์ข้อมูล

ช่องทางค้นหาข้อมูลที่นิยมมากที่สุดคือ Facebook รองลงมาคือ ฟันทิป เว็บไซต์ต่างๆ และวิดีโอใน YouTube

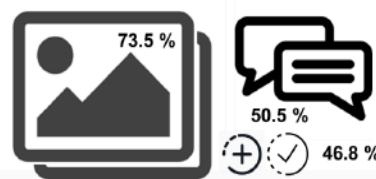
ลักษณะของข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบภาพนิ่ง ใกล้เคียงกับลำดับรองลงมาคือข้อมูลที่เป็นบทความที่ละเอียด ที่น่าสนใจคือลำดับที่ 3 คือรูปแบบของ Story ใน Facebook หรือ Instagram ที่มีขนาดสั้นๆ และมีอายุเพียง 24 ชม. ส่วนลำดับถัดมาคือลักษณะของวิดีโอที่มีความยาว

Types of Information



ต่างจากการหาข้อมูล ในการแชร์ประสบการณ์ของตนเองเมื่อไปเที่ยวอันดับแรกผู้ตอบให้ความสำคัญกับภาพนิ่ง แต่ลำดับรองลงมาจะเป็นข้อความสั้นๆ เช่น การสร้าง status และลำดับที่ 3 คือการสร้าง story

Types of Sharing



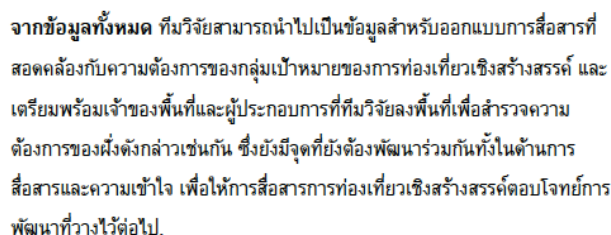
69.1 %

59.3 %

55 %

32.2 %

ส่วนปัจจัยภายนอก เป็นสิ่งที่ผู้ตอบให้ความสนใจน้อย อย่างเช่น มีคนติดตามมาก ร้อยละ 16 มีชื่อเสียง ร้อยละ 11.8 และสุดท้าย หน้าที่ดี ร้อยละ 8.1



- **ระยะเวลาที่ใช้และงบประมาณสอดคล้องกับอาชีพส่วนใหญ่** คือ พนักงานและข้าราชการซึ่งท่องเที่ยวในวันหยุด คนกลุ่มนี้มีศักยภาพที่จะใช้จ่ายและวางแผนการเดินทางล่วงหน้าได้อย่างดี
- **อายุและอาชีพ เวลา สะท้อนกับความคาดหวังในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** ที่นำเสนอต่อไป

- การสำรวจศักยภาพการสื่อสารของชุมชน

1.2.1 บ้านทุ่งน้อย ประจวบฯ (เก็บข้อมูล 6 กันยายน 2562): ปิยะ เทศแย้ม แกนนำหลักเรื่องการท่องเที่ยวสามารถใช้โทรศัพท์มือถือถ่ายทำวิดีโอ รูปถ่าย เผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กส่วนตัวและเฟซบุ๊กร้านอาหารทะเล “คนทะเล” มีเนื้อหาส่วนใหญ่เพื่อให้คนเข้าไปเยี่ยมชมดูงาน ซื้ออาหารทะเล รวมทั้งสามารถถ่ายทอดแนวความคิดการอนุรักษ์ทะเลแก่ผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งนอกจากปิยะ เทศแย้ม ลูกชายของเขาเป็นคนรุ่นใหม่และมีศักยภาพการใช้สื่อออนไลน์ รวมถึงหลายคนในชุมชนก็สามารถใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์สื่อสารแก่ผู้ติดตามในเฟซบุ๊กได้เช่นเดียวกัน

1.2.3 เกาะคนที ระนอง (เก็บข้อมูล 4 กันยายน 2563): ปิยะนุช โกยวานิช เจ้าของสืบสาวโฮมสเตย์ แกนนำหลักเรื่องการท่องเที่ยว มีเฟซบุ๊กของโฮมสเตย์ แต่เนื่องจากขาดช่วงเรื่องการทำการท่องเที่ยว ทำให้เฟซบุ๊กไม่มีความเคลื่อนไหวตั้งแต่ปี 2561 (ช่วงโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี) จึงใช้เฟซบุ๊กส่วนตัวใช้สื่อสารเรื่องราวและกิจกรรมส่วนตัว นอกจากสืบสาวโฮมสเตย์ บนเกาะคนทียังมีสมาชิกเป็นหนึ่งในแอดมินเพจ ระนอง 239 เพจที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก นับว่ามีศักยภาพในการสื่อสาร นอกจากนี้ ทีมวิจัยยังได้ลงพื้นที่สำรวจทรัพยากรการสื่อสารที่โรงเรียนปากน้ำซึ่งตั้งอยู่บนเกาะ พบว่านักเรียนส่วนใหญ่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวผ่านโทรศัพท์มือถือได้

1.2.4 บ้านหินช้าง ระนอง (เก็บข้อมูล 8 กันยายน 2563): เยาวภา สุประดิษฐ์ เจ้าของร้านอาหารและเป็นแกนนำหลักเรื่องการท่องเที่ยวบ้านหินช้าง สามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารออนไลน์เล่าเรื่องการท่องเที่ยวของชุมชนได้ รวมทั้งเครือข่ายประมงพื้นบ้านในพื้นที่ต่างมีอุปกรณ์สื่อสาร สามารถใช้งานเฟซบุ๊ก ไลน์ ในการติดต่อสื่อสารได้ แต่เนื่องจากชุมชนยังไม่เคยทำการท่องเที่ยวจึงมีเพียงเฟซบุ๊กเพจของร้านอาหาร ซีวิวบายเยาวภาแอนด์คอฟฟี่ เป็นพื้นที่สื่อสารหลักเท่านั้น

นักวิจัยเห็นว่าการสร้าง “นักสื่อสารการท่องเที่ยวของชุมชน” นอกจากแกนนำหลักเรื่องการท่องเที่ยวจะเข้าใจความสำคัญของการสื่อสารการท่องเที่ยว คนรุ่นใหม่ในชุมชนคือกำลังสำคัญที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนการสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน เพราะมีศักยภาพใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

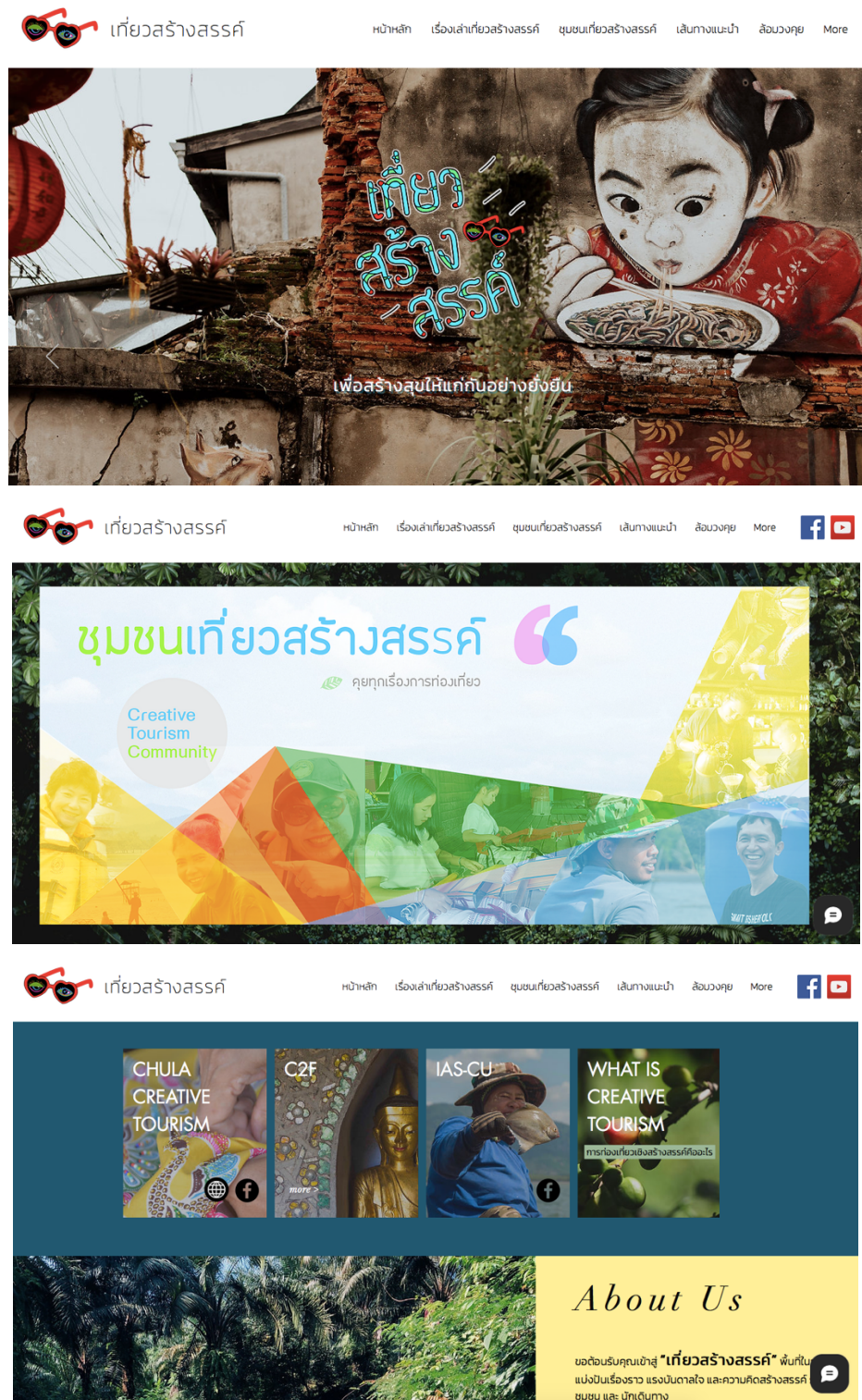
- **การเลือกรูปแบบ Digital Platform**

การให้ความรู้ในโลกดิจิทัล สิ่งสำคัญคือความรู้และเครือข่าย การเลือก Platform ควรคำนึงถึงประสิทธิภาพการนำเสนอและการเก็บข้อมูลความรู้ได้อย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นคลังความรู้ที่ต่อเนื่องและยั่งยืน สามารถปรับแต่งรูปแบบได้หลากหลายเพื่อการรองรับเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งแตกต่างและหลากหลายเช่นเดียวกัน จึงเลือกใช้พื้นที่บน Wix.com นอกจากนี้ได้นำเนื้อหาบนเว็บไซต์เผยแพร่บน Platform ที่มีบัญชีผู้ใช้งานจำนวนมากเพื่อขยายเครือข่ายการรับรู้และการมีส่วนร่วม ได้แก่ Facebook และ Youtube โดยใช้ชื่อบัญชี “เที่ยวสร้างสรรค์” และ “Creativejourneyth” ตามลำดับ

- **การออกแบบเนื้อหาบน Digital Platform**

ออกแบบและผลิตสื่อการเรียนรู้ภายใต้กรอบแนวคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสุนทรีย์ และตอบสนองความสนใจที่แตกต่างหลากหลาย นำเสนอเนื้อหาภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นอัตลักษณ์ตัวตน ชุมชน ความคิดสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์ และความยั่งยืน ผ่านรูปแบบหลากหลาย ได้แก่ คลิปวิดีโอ บทความ ภาพถ่าย Infographic และคลิปเสียง โดยมีโครงสร้างเนื้อหาบนเว็บไซต์ ดังนี้

หน้าหลัก รวบรวมหน้าปกของเนื้อหาต่างๆ บนเว็บไซต์



เรื่องเล่าเที่ยวสร้างสรรค์ รวบรวมสื่อการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ คลิปวิดีโอ บทความ ภาพถ่าย Infographic และคลิปเสียง โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อให้ชุมชน ผู้ประกอบการ และสาธารณะ ได้เรียนรู้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน ปูพื้นฐานแนวคิด เกิดแรงบันดาลใจ และเสริมพลังการพัฒนาการท่องเที่ยว

2. เพื่อให้ชุมชน ผู้ประกอบการ และสาธารณะ ได้ข้อมูลการท่องเที่ยว ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สังคม ฯ และได้เรียนรู้มุมมองการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

สื่อเรียนรู้บนเว็บไซต์ www.creativejourneyth.com (เก็บข้อมูล 14 มกราคม 2565) ทั้งหมด 24 เรื่องดังนี้

บทความ จำนวน 17 เรื่อง ดังนี้

1. อาหารทะเลบ้านทุ่งน้อย สดจากใจใหม่จากทะเล
2. ฮาวทูทอน ว่าด้วยการลด ละ สิ่งของในกระเป๋าเดินทาง
3. ชมพลับพลึงธาร ราชนิแห่งสายน้ำ
4. ชิมผลไม้เกษตรอินทรีย์ จากเจ้าของสวนใจดีที่ต้อนรับเหมือนญาติมิตร
5. รักษาทะเลด้วยซั้งกอ
6. สะพานเชื่อมการเรียนรู้จากชาวประมงสู่การบริโภคอย่างรับผิดชอบ
7. มะริด เทียนอกขนบเส้นทาง เชื่อมต่อร่องรอยวัฒนธรรม
8. เลาะริมหาดลับเขาตาม่องล่าย มุมสวยสงบในตัวเมืองประจวบฯ
9. กาแฟดริปยามเช้าที่อ่าวประจวบฯ
10. ตี๋มดำวิถีชีวิตจิตธรรมชาติ เรียนรู้วัฒนธรรมม้ง ณ บ้านฉิมพลีภูษะ จังหวัดน่าน
11. Creative Tourism หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร
12. ผจญภัยเบาๆ ที่เขาช่องกระจก จุดชมวิวิสามอ่าวกลางเมืองประจวบฯ
13. สสำรวจทะเลใหม่ วิถีชีวิต และมิตรภาพใหม่เหนือผืนน้ำกับชาวประมงบ้านหินช้าง จ.ระนอง
14. การฟื้นฟูเรื่องเล่าเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยว
15. การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่หุบวัฒนธรรม จากโครงการย่อย 2.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านการเชื่อมความสัมพันธ์ของผู้คนระหว่างไทย-เมียนมา

16. สามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สิ่งทอ จ.น่าน ที่จะทำให้คุณติดใจ
17. ภูหัดทรายให้สะอาดด้วยมือเรา

คลิปวิดีโอ จำนวน 7 เรื่อง ดังนี้

1. เสียงชุมชนถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มุมมองหลากหลายของชุมชนผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เมื่อพวกเขาต้องการพัฒนาท้องถิ่นเป็นจุดท่องเที่ยว นักวิจัยต้องการนำเสนอให้เห็นความต้องการของต้นน้ำคือเจ้าของพื้นที่ ซึ่งจากมุมมองดังกล่าวถูกพัฒนาเป็นเนื้อหาบน Digital Platform ที่เป็นพื้นที่ของแตกต่างหลากหลาย

2. ห้องเรียนสุดขอบฟ้า มุมมองการเดินทางของนักผลิตรายการสารคดี พาครอบครัวออกไปท่องเที่ยวเรียนรู้นอกห้องเรียน รวมถึงมุมมองเรื่องการมองชุมชน บ้านของตนให้มีคุณค่า ด้วยความเชื่อมั่นในคุณค่าของสิ่งเล็กน้อย ความพิเศษที่อยู่ในความธรรมดา ทั้งสถานที่ สิ่งของ และผู้คน ล้วนเป็นบทเรียนรู้ได้ด้วยการปรับมุมมอง



3. Trawell Thailand เจ้าของโฮสเทลที่พยายามสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวแก่ชุมชนของตัวเอง ด้วยแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ใช้ทุนวัฒนธรรมของชุมชนนำมาออกแบบกิจกรรม รวมทั้งใช้สื่อออนไลน์สำหรับขับเคลื่อนกิจกรรม ทั้งในกระบวนการสร้างความเชื่อมั่นแก่คนในชุมชนและการประชาสัมพันธ์



4. Hear & Found นักร้องแบบกิจกรรมเชิงสังคม เน้นการนำเสนอเรื่องราวของผู้คนและชุมชน ผ่านการใช้เสียงดนตรีและเสียงธรรมชาติ เปิดมุมมองให้เห็นคุณค่าของสิ่งที่หลายคนเคยมองข้าม เช่น ดนตรีพื้นบ้าน เสียงจากธรรมชาติ ฯ



5. การพัฒนาภูมิภาคเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถอดบทเรียนการพัฒนาภูมิภาคเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของโครงการย่อย 1.5 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีเกษตรกรรม และโครงการย่อย 2.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนชาวเลชายฝั่งอันดามัน

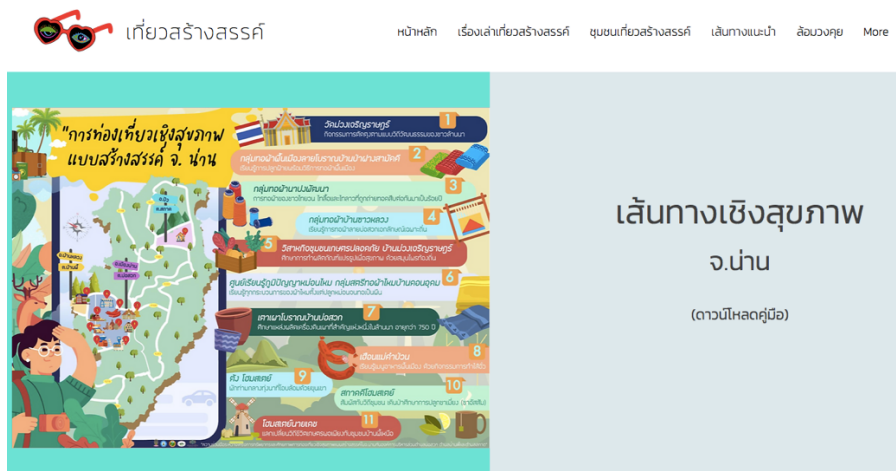
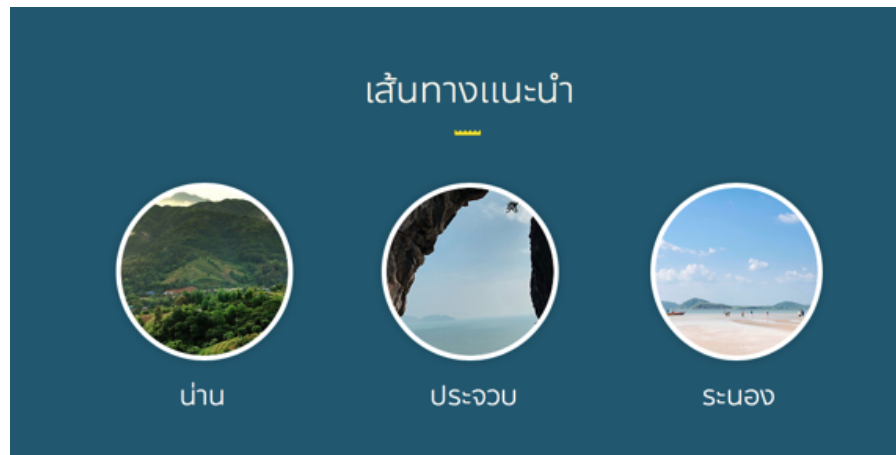
6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถอดบทเรียนการวิจัยโครงการย่อย 1.1 โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคัสเตอร์และคณะนักวิจัย

7. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถอดบทเรียนการวิจัยโครงการย่อย 1.4 การพัฒนาโมเดลธุรกิจการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ พัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์และบริการเชิงสุขภาพเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาแผนธุรกิจ การตรวจมาตรฐานผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นต้น

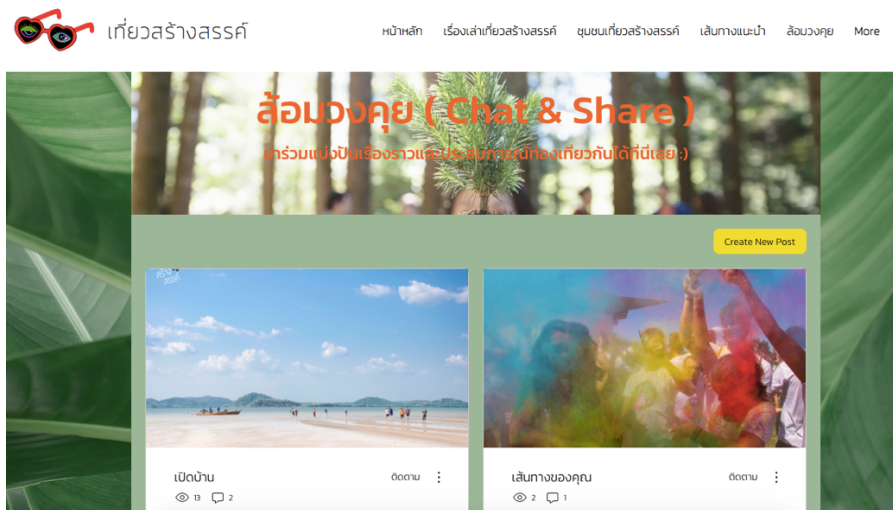
ชุมชนเที่ยวสร้างสรรค์ รวบรวมเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนำเสนอคำพูดสะท้อนความคิด
ของเครือข่ายที่มีต่อการท่องเที่ยว



เส้นทางแนะนำ รวบรวมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาโดยโครงการวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รวมทั้งเปิดพื้นที่แก่เครือข่ายและผู้สนใจนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของตนได้



ล้อมวงคุย พื้นที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



4.2 การสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้ประโยชน์ Digital Platform

นักวิจัยได้สำรวจความคิดเห็นผู้ใช้ประโยชน์ Digital Platform เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุง Digital Platform ให้เหมาะสมต่อผู้ใช้ประโยชน์ โดยแบ่งการสำรวจความคิดเห็น 2 ประเด็นคือ การสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้ประโยชน์ Digital Platform (เว็บไซต์ www.creativejourneyth.com และ เฟซบุ๊กเพจ เทียวสร้างสรรค์) และการสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อคลิปสื่อเรียนรู้ที่เผยแพร่บน Digital Platform มีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1 ผลการสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้ประโยชน์ Digital Platform (เก็บข้อมูล 10-13 มกราคม

2565)

นักวิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์จำนวน 17 คน แบ่งเป็นผู้ประกอบการ 6 คน นักท่องเที่ยว 9 คน และนักวิจัย 3 คน โดยให้เข้าชมและอ่านเนื้อหาเว็บไซต์ มีข้อสรุปในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- สร้างการรับรู้และเข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

www.creativejourneyth.com คือ Digital Platform ที่รวบรวมและนำเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อเรียนรู้ โดยใช้พื้นที่หน้า “เรื่องเล่าเทียวสร้างสรรค์” สำหรับรวบรวมเนื้อหา ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์เว็บไซต์ พบว่าหลายคนมีความเข้าใจแนวคิดนี้มากขึ้น ส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีประสบการณ์ในชุมชน เรียนรู้วิถีชีวิต และการอนุรักษ์ เป็นต้น

ลัลณ์ลิต กิสรวงค์ ผู้ประกอบการที่พักในกรุงเทพฯ มองว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่กับชุมชน “คือการเที่ยวที่เราลงไปคลุกคลีกับความเป็นชุมชนในพื้นที่ ไม่ใช่แค่ไปถ่ายรูปแล้วกลับ”

ขณะที่นักท่องเที่ยว 3 นักศึกษา ชาย อายุ 22 ปี ให้ความคิดเห็นเสริมว่า “เทียวสร้างสรรค์เหมือนได้ลงไปสัมผัสชุมชนจริงๆ ศิลปะ การกิน วิถีชีวิต ได้ประสบการณ์ไปอีกแบบ อาจด้วยวัยเรานั้นอยากเรียนรู้”

ในมุมมองของนักวิจัย ณพวรรณ์ ตรีผลาวิเศษกุล มองว่าเว็บไซต์ช่วยให้แนวคิดนี้เข้าถึงง่ายขึ้น “คำว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มันไม่ได้ friendly กับคนขนาดนั้น มันไม่มีคนพูดว่าเดี๋ยวเสาร์นี้เราไปเทียวสร้างสรรค์กันเถอะ แต่เว็บนี้มันช่วยได้มากมันทำงานกับคนเพิ่งเริ่มต้นได้ดี”

สอดคล้องกับความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยว 1 หญิง อายุ 32 ปี มองว่าเว็บไซต์ช่วยอธิบายแนวคิดให้ชัดเจนขึ้น “หน้านี้มันช่วยนะเพราะว่าอธิบายรายละเอียด คนเที่ยวไม่ได้คิดเรื่องพวกนี้หรอก แต่พอมาอ่านมาดูก็ได้เห็นตัวอย่าง เกิดฉุกละหุก มันช่วยเปิดตาคน”

นักท่องเที่ยว 6 ชาย อายุ 38 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา “สื่อเรียนรู้ในหน้า เรื่องเล่าเที่ยวสร้างสรรค์ ช่วยให้เข้าใจแนวคิดนี้มากขึ้น ถ้าคนมาอ่านหรือดูแบบจริงจังน่าจะครับ แต่ส่วนมากผมจะข้ามเป็นส่วนใหญ่ ควรเพิ่มสถานที่เที่ยวเยอะๆ เพื่อที่เราสามารถหาหรือตามรอยสถานที่ที่เราสนใจได้ ถ้ามีหน้าแผนที่ประเทศไทยซึ่งมีตำแหน่งสถานที่ต่างๆ ที่มีการท่องเที่ยวแบบนี้ ระบุไปด้วยเพื่อให้่ายในการเลือกหาสถานที่ที่เราจะไปเที่ยว”

นอกจากการได้รับรู้และเข้าใจแนวคิดมากขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนยังให้ความสนใจไปท่องเที่ยวและมองเห็นโอกาสที่สามารถเชื่อมโยงและต่อยอดได้จากการส่งเสริมแนวคิดนี้ นักท่องเที่ยว 4 ชาย อายุ 37 ปี ให้ความเห็นว่า

“เข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการเข้าไปมีกิจกรรม มีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนท่องเที่ยว เข้ามาอ่านแล้วตื่นตัว เพราะเพิ่งรู้ว่าแนวคิดนี้ สนใจการท่องเที่ยวแนวใหม่อยู่แล้ว ทำให้เราได้เที่ยวใหม่ ได้ความรู้ ส่วนตัวมองว่าการได้เที่ยวใหม่ช่วยพัฒนาความคิดของเราด้วย เวลาเที่ยวเป็นคนชอบใช้สมอง ปกติได้เที่ยวแบบนี้อยู่แล้วแต่อาจจะไม่ได้เป็นจุดหมายหลัก สมมติวางแผนไปเที่ยวที่อื่นแต่อาจจะแวะเที่ยวแนวนี้ประมาณ 10-20 เปอร์เซ็นต์”

นักท่องเที่ยว 7 ชาย อายุ 30 ปี มองว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่จะทำให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าสิ่งที่ชุมชนมีมากขึ้น “มองว่าแนวคิดนี้คือการทำให้ชุมชนได้เห็นคุณค่าและนำเสนอวิถีชีวิตของเขา บางคนเขาไม่รู้ว่ามีสิ่งที่ทำอยู่มันต่อยอด ผลักดันได้ การที่เราได้เห็นได้เรียนรู้สิ่งที่เขามั่นใจว่าสนใจ พอเราเรียนรู้ ทำให้เรามีความสุขที่เราได้เที่ยวชม ชาวบ้านก็มีความสุขที่ได้ทำ ส่วนตัวชอบที่มีวิถีชุมชนในเว็บไซต์”

ขณะที่ จตุพร สุวรรณสุขุม นักวิจัยที่เคยทำวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวและศึกษาแนวคิดนี้มาก่อนมองว่าเป็นแนวคิดที่ช่วยเปิดโอกาสแก่ชุมชนที่เคยถูกมองข้าม “แนวคิดนี้มีความน่าสนใจเพราะทำให้กลุ่มคนรากหญ้าสามารถพัฒนาท้องถิ่นของตนเป็นที่ท่องเที่ยวของตัวเองได้ สร้างโอกาสให้ชุมชน ออกแบบในมุมของตัวเองได้”

ในแง่มุมที่เปิดโอกาสให้ชุมชน สอดคล้องกับนักวิจัยอีกหนึ่งคน โรสณี แกสมาน ได้ให้มุมมองโดยเชื่อมโยงแนวคิดการท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน “มันไม่ได้แค่ไปเที่ยว แต่มันทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

เหมือน Creative Economy เราคิดว่าเชื่อมกันได้ มีเรื่องของผลิตภัณฑ์ในชุมชนด้วย สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต การสื่อสาร วัฒนธรรม ได้หมดเลย”

ขณะที่ในมุมมองของผู้ประกอบการนำเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ณัฐพงศ์ กล้าผจญ ให้มุมมองในฐานะผู้ประกอบการที่คลุกคลีกับนักท่องเที่ยวต่างชาติว่า “น่าสนใจ ถ้าทำได้เป็นสิ่งที่ดี แต่ในมุมมองของคนทำทัวร์ คนมาเที่ยวก็อยากสบาย คนส่วนใหญ่มีเวลาน้อย เน้นผ่อนคลาย เที่ยว ถ่ายรูป นอนพักผ่อน แต่ในตอนนี้อาจจะไม่มีโปรแกรมเที่ยวแบบนี้ อาจจะต้องมีคนคิดโปรแกรมแบบนี้มาล่อนำเสนอ ส่วนเรื่องความกังวลคือเรื่องความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว ควรสื่อสารให้ชัดเจนสำหรับกลุ่มเฉพาะให้สามารถรับได้ โดยเฉพาะที่พักและอาหาร”

สำหรับความคิดเห็นของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่เป็นเครือข่ายการทำงานวิจัยกับโครงการ มองว่าการสร้างการรับรู้แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนเว็บไซต์จะช่วยเปิดมุมมองแก่คนทั่วไปและเพิ่มโอกาสการทำธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้น

ธัญญา พนากิจสุวรรณ ผู้ประกอบการโรงแรม A Day Inn Ranong ถนนเรืองราษฎร์ จังหวัดระนอง มองว่าเว็บไซต์จะเป็นตัวช่วยสำหรับสื่อสารต่อกลุ่มลูกค้าได้ “สนใจแนวคิดนี้อยู่แล้ว เพราะเป็นช่องทางหนึ่งจะพาเราไปถึงสถานที่เที่ยวที่ไม่มีใครรู้จัก เปิดมุมมองใหม่การท่องเที่ยว ตามรีวิวจากมุมมองชุมชน ไม่ใช่ตามรีวิวเพจในเฟซบุ๊ก สำหรับในมุมมองผู้ประกอบการที่พักในตัวเมืองเกาะระนอง ทำให้ได้เห็นมุมมองเที่ยวใหม่เพิ่มขึ้นในชุมชนที่ไม่เคยถูกถ่ายทอดจากจังหวัด ททท. สื่อกระแสหลัก เราได้เห็นมุมมองเชิงวัฒนธรรม อาหาร ...ซึ่งโดยปกติเราจะเป็นคนให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวว่ามีสถานที่ไหนน่าสนใจบ้าง การมีเว็บไซต์จะช่วยเผยแพร่ให้คนรับรู้แทนที่เราจะบอกเอง ใส่สถานที่เที่ยวที่แตกต่างออกไป นักท่องเที่ยวก็อาจจะสนใจ อาจจะไม่หลายคน แต่บางคนอาจจะสนใจก็ได้”

ขณะที่ เยาวภา สุประดิษฐ์ ผู้ประกอบการ บ้านหินช้าง จังหวัดระนอง และเป็นเครือข่ายประมงพื้นบ้าน กล่าวถึงประโยชน์ของแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้ประโยชน์มากกว่าแค่การท่องเที่ยว “เว็บไซต์ทำให้คนได้รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ ต่อสิ่งแวดล้อม ต่อชุมชน ซึ่งช่วยบันทึกไว้แล้วให้คนรุ่นหลังฟังว่าการเที่ยวไม่ใช่เพียงการพักผ่อน แต่เราไปเที่ยวแล้วแต่ละสถานที่มีความแตกต่าง เกิดการเปรียบเทียบ แล้วเรานำเอามาปรับใช้ประโยชน์ได้ เช่น ปราชญ์ชุมชนแต่ละพื้นที่ต่างกัน ความสามารถต่างกัน ทำให้เราเกิดความอยากรนำมาใช้ไม่ให้อยู่นอย ...อยากให้พวกผู้ประกอบการ หน่วยงานต่างๆ เข้ามาดูแนวคิดนี้ เวลาทำท่องเที่ยวชุมชน ให้

มองเห็น ลองเปรียบเทียบกับที่อื่นทำกับเราทำมันแตกต่างกัน คนนอกทำอาจจะหวังกำไร แต่ถ้าชุมชนทำเอง ต้นทุนของเราเอง เราไม่ได้คิดแพงขนาดนั้น และเยาวชนสำคัญที่สุด อยากให้เยาวชนเข้ามาดูเยอะๆ ให้รู้จักแนวคิดนี้มากๆ จะช่วยจุดประกายให้พวกเขาทำประโยชน์กับสิ่งแวดล้อมว่าควรทำแบบไหน”

อย่างไรก็ตาม บางคนยังให้ความคิดเห็นว่ายินยอมแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเว็บไซต์ยังไม่ชัดเจน ความหมายยังกว้างเกินไป ถึงแม้ว่าจะเข้าใจแนวทางของเว็บไซต์

ประเสริฐศรี สุวรรณไชย ผู้ประกอบการร้านดำน้ำ จังหวัดพังงา เมื่อได้เข้าชมเว็บไซต์ครั้งแรกมองว่า “การเข้าชมครั้งแรก เข้าใจแนวทางว่าเว็บไซต์ทำขึ้นเพื่อเป็นพื้นที่ที่สามารถมาแบ่งปันการท่องเที่ยวของแต่ละคนได้ เพื่อสร้างให้เกิดความสนใจ และอาจทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น ...มีนิยามหลากหลายดี แต่ถ้าเว็บไซต์นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแบบของเว็บไซต์เองอาจจะซ้ำๆ ตรงประเด็น น่าสนใจมากขึ้น คนเข้ามาดูจะได้เห็นแนวทางของเว็บไซต์ขึ้น

นอกจากต้องการความชัดเจนของนิยามแล้ว บางคนยังต้องการให้เพิ่มเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย มีความหลากหลายเชิงพื้นที่ และเพิ่มสื่อเรียนรู้ในรูปแบบคลิปวิดีโอ

ปรัชญา โสธรศักดิ์ ผู้ประกอบการที่พัก จังหวัดพังงา กล่าวว่า “อยากให้มีข้อมูลที่ท่องเที่ยวมากกว่านี้ รวมถึงการท่องเที่ยวแบบสังคมเมืองที่มีความปฏิกิริยาสูง(paradox) คิดว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจมากๆ กับสังคมปัจจุบัน”

นักท่องเที่ยว 5 หญิง อายุ 45 ปี ให้คำแนะนำเพิ่มเติมว่า “บทความบางอันมันยาวไป เป็นคลิปวิดีโอดีกว่า และอยากเห็นเรื่องจากชาวบ้านเยอะๆ”

เช่นเดียวกับ นักท่องเที่ยว 3 ให้ความเห็น “ขอบคุณพายุบูบอร์ครับ คิดว่าคนชอบดูคนอื่นเที่ยวมันมีมุมมอง มันน่าจะเป็นคลิป”

คลิปวิดีโอเป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยม นักท่องเที่ยว 4 ก็ให้ความคิดเห็นคล้ายกัน “เป็นคนไม่ชอบอ่านยาว ยิ่งถ้าเป็นคลิปยิ่งดีจะสามารถดึงเราเข้าไปได้เลย เห็นแค่รูปอาจจะนั่งเกินไปนี้และการวางหน้าก็ต้องเลื่อนเยอะควรจัดหมวดหมู่ เช่น พื้นที่ทะเล ภูเขา ทุ่งนา ถ้าเว็บไซต์แพร่หลายมากขึ้น นักเที่ยวอาจจะมาเลือกจากหมวดหมู่ เพราะส่วนใหญ่ไม่อยากไปเที่ยวซ้ำก็สามารถเลือกแนวใหม่ได้เลย”

ความคิดเห็นเรื่องการแยกประเภทของบทความให้ชัดเจน สอดคล้องกับนักท่องเที่ยว 2 หญิง อายุ 32 ปี “อยากให้แยกเที่ยวแนวไหนแนวนี้ ชุมชน ทะเล น้ำกร่อย น้ำตก ภูเขา ภาคนต่างๆ อะไรก็ได้”

กล่าวโดยสรุป กลุ่มผู้ใช้ประโยชน์ส่วนใหญ่โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับรู้และเข้าใจแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากสื่อเรียนรู้บนเว็บไซต์ เกิดความสนใจไปท่องเที่ยว หลายคนเคยท่องเที่ยวรูปแบบนี้อยู่แล้ว แต่สื่อเรียนรู้ช่วยเปิดมุมมองการท่องเที่ยวของพวกเขา ขณะที่บางคนเมื่อได้เข้าใจแนวคิดนี้ได้มองเห็นประโยชน์ที่ควรสนับสนุนให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น

- สร้างพื้นที่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

Digital Platform นอกจากสร้างการรับรู้และเข้าใจแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยังเป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์ให้เข้ามามีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ โดยมุ่งหวังให้เกิดความฉลาดร่วม หรือ Collective Intelligence ซึ่งจะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

○ เปิดพื้นที่สร้างสรรค์แก่นักเล่าเรื่องการท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับหน้า เรื่องเล่าเที่ยวสร้างสรรค์ ในเว็บไซต์ที่รวบรวมสื่อเรียนรู้ว่าเป็น Platform ที่น่าสนใจและน่าใช้งาน ส่วนใหญ่เคยเที่ยวและมีมุมมองคล้ายสื่อเรียนรู้ในเว็บไซต์อยู่แล้ว แต่เนื่องจากไม่เคยมีคนรวบรวมในรูปแบบนี้ การทำเว็บไซต์เป็นการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์และสร้างเครือข่ายคนชอบเที่ยวที่มีมุมมองคล้ายคลึงกัน

นักท่องเที่ยว 5 กล่าวว่า “ปกติที่ทำอยู่แล้วพีไปไหนก็เขียนลงเฟซบุ๊กเล่าเรื่อง และแท็กสถานที่ที่เราไป คนจะได้ไม่ถามว่าสถานที่อยู่ที่ไหน พี่ชอบเที่ยวชุมชน ชอบเจอชาวบ้านพี่ก็จะเขียนลงแล้วแชร์ไป แต่ถ้ามันเป็นชุมชนจริงๆ ในออนไลน์มันดีเพราะในเฟซมันกว้าง ไม่ได้รวมคนที่ชอบแบบเดียวกันไว้ทีเดียว ถ้ามีมันก็จะสร้างเครือข่ายให้คนมารู้จักกันมากขึ้นด้วย”

ณพวรรณ์ ตรีผลาวิเศษกุล นักวิจัย มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันเรื่องเว็บไซต์จะช่วยขยายชุมชนนี้ “น่าสนใจจะช่วยขยาย community คือถ้ามารวมกัน คือคนเข้าใจเรา เราเข้าใจเขา รวมคนที่สนใจเหมือนกัน”

นักท่องเที่ยว 4 มีความต้องการใช้พื้นที่นี้เพื่อสื่อสารแก่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบแนวเดียวกัน “มองเห็นโอกาสที่จะได้เล่าเรื่องมุมมองใหม่ อยากนำเรื่องราวของตัวเองมาลงในเว็บ อยากบอกต่อ ยิ่งแนวคิดนี้มันดี พัฒนาชุมชน ปกติเราชอบช่วยเหลือคนอื่นด้วย อยากถ่ายทอดเรื่องราวเพื่อช่วยพัฒนา เช่น เวลาไปเที่ยวแล้วเห็นขยะในทะเลก็รู้สึกเศร้า อยากให้มีกลุ่มชวนกันทำ มีชุมชนทำให้เราทำ ยิ่งถ้ามีมุมมองแบบนี้ เรายังอยากเขียน รู้สึกว่า

น่าจะเขียนสนุกกว่า มีอะไรให้เขียนเยอะเพราะมันเป็นมุมมองใหม่ เคยหยิบมาแล้วแต่ยังไม่ลึกซึ้งมาก ไม่หลากหลาย เว็บนี้น่าจะทำให้หลากหลายขึ้น เห็นภาพมากขึ้น”

โรสนี แกสมาน นักวิจัย มองว่าเป็นพื้นที่สำหรับคนหลากหลาย แต่ต้องการให้จัดหมวดหมู่เพื่อการเข้าถึงง่ายขึ้น “ถ้าบทความนักวิจัยอยากอ่านอะไรซีเรียสก็อ่าน พอเป็นผู้ประกอบการก็เป็นพื้นที่ให้คนมานำเสนอ โสมส เต๋ยตัวเอง สินค้าตัวเอง ในส่วนนักท่องเที่ยวนะคล้ายๆ กัน เช่น การรีวิวที่เที่ยว ถ้าแยกหมวดชัดเจนว่าคอนเทนต์ทำโดยใครจะดูใช้งานง่ายขึ้น”

ณัฐพงศ์ กล้าผจญ ผู้ประกอบการนำเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ “มีมุมมองคล้ายๆ บทความ ทุกครั้งที่เราไปเที่ยว มีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่นั้นอยู่ ได้พูดคุยกับคนในชุมชน เคยพบเรื่องราวของคนเยอะ คล้ายแนวคิดนี้ อยากถ่ายทอดเรื่องราวเหมือนกัน ส่วนใหญ่ลงเฟซบุ๊กเพราะเราทำทัวร์ก็ช่วยโปรโมทด้วย อยากเขียนลงเว็บไซต์ถ้ามีจำนวนคนที่เที่ยวแนวเดียวกัน อาจจะลงในเว็บไซต์เมื่อต้องการสื่อสารกับคนที่ชอบเที่ยวแนวนี้”

ขณะที่ผู้ประกอบการที่พัก ชาญญา พนากิจสุวรรณ มีเพจเฟซบุ๊กใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว คิดว่าน่าสนใจ และหากมีโอกาสต้องการนำเรื่องราวของตนมาสื่อสารในพื้นที่นี้ “มีประโยชน์ น่าอ่าน ข้อมูลในบทความดีที่ประจวบก็อ่าน พาดหัวน่าสนใจ ตัวบทความอาจจะยาวไปจนลูกค้าไม่สนใจ อาจจะเหมาะกับคนที่สนใจแนวนี้ อยู่ ส่วนตัวมีมุมมองคล้ายบทความเหล่านี้ ปกติเที่ยวแนววิถีชีวิตอยู่แล้ว เขียนลงเพจโรงแรม เคยเล่าเรื่องคนบ้านหินช้าง เล่าเรื่องบ้านจิกกัว เรื่องฟักองกาแฟ สามารถดึงเรื่องราวที่เคยเล่ามาลงเว็บไซต์ได้”

ขณะที่ นักท่องเที่ยว 6 ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมในแง่การขยายการมีส่วนร่วมให้มากขึ้น “ผมเป็นคนชอบมุมมองแบบนี้มากๆ นะครับ เวลาไปเที่ยวที่ไหนก็มักจะอยากช่วยคนในพื้นที่นั้นๆ ผ่านการบอกต่อ แต่ต้องเป็นในกรณีที่มีแนวโน้มจริงๆ นะครับ พื้นที่นี้เหมาะสำหรับมุมมองแบบนี้ครับ แต่ก็มีอีกหลาย Platform เช่นกันที่เขาใช้ ซึ่งคนยังนิยมใช้กันอยู่ ทั้งนี้ ผมว่าอยู่ที่ความน่าเชื่อถือของคนโพสต์หรือมาตราการการคัดสรรเนื้อหา”

○ เปิดพื้นที่แสดงตัวตนและส่งเสียงจากชุมชน

เมื่อถามความคิดเห็นเกี่ยวกับหน้า ชุมชนเที่ยวสร้างสรรค์ ที่รวบรวมเครือข่ายและช่องทางการติดต่อ

พร้อมกับยกคำพูดของตัวแทนชุมชน ผู้ประกอบการ เพื่อสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ชอบแนวคิดของหน้านี้ เป็นการนำเสนอผู้คนและความคิดที่จับต้องได้ และยังเป็นพื้นที่เชื่อมโยงเครือข่ายเที่ยวสร้างสรรค์ ซึ่งอาจจะนำไปสู่การพัฒนาในมิติอื่นๆ

ณพวรรณ์ ตริผลลาวิเศษกุล นักวิจัย มองว่าเว็บไซต์เป็นเหมือนตัวกลางที่ดึงฝั่งเจ้าของบ้านและคนนอกชุมชน อย่างนักท่องเที่ยวและนักวิจัยมาพบกันได้ “หน้านี้เป็นไอเดียที่ดีทีเดียว คำว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นคำที่ไกลสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบไปเที่ยวเพื่อพักผ่อน แต่ก็มีอีกจำนวนหนึ่งที่ต้องการได้ประสบการณ์จากชุมชน อยากเก็บเกี่ยวประสบการณ์การอนุรักษ์ และก็มีนักวิจัยที่ต้องการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยว ซึ่งโดยปกติก็ยากที่คนเหล่านี้จะเข้าถึงชุมชนหรือเข้าถึงการท่องเที่ยวในวิถีท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ ยิ่งงั้น ชุมชนก็อาจจะเข้าหานักท่องเที่ยวยิ่งงั้น นักท่องเที่ยวและนักวิจัยก็อาจจะเข้าหาชุมชนได้ยิ่งงั้น เว็บไซต์ก็เหมือนเป็นตัวกลางในการดึงและเชื่อมทั้งสองฝั่งมาเจอกัน คนนอกชุมชนและคนในชุมชนมาเจอกัน ทำให้ทุกอย่างง่ายขึ้น”

เยาวภา สุประดิษฐ์ ผู้ประกอบการบ้านหินช้าง จังหวัดระนอง ซึ่งถูกนำเสนอในหน้านี้เช่นกัน ให้ความคิดเห็นว่า “คำพูดของแต่ละคนออกมาจากความจริง เรื่องราวดีๆ ในชุมชน นักท่องเที่ยวมาอ่านก็เรียนรู้ ไม่ได้ประดิษฐ์ขึ้น แต่ละพื้นที่เขาทำกันจริงๆ จับต้องได้จริง การมีคำพูดเป็นการพูดจากชุมชน นักท่องเที่ยวอาจจะสะดุดคำใดคำหนึ่ง แล้วเชื่อมไปสู่การติดต่อไปเที่ยวหรือเรื่องอื่นๆ ได้”

ปรีชญา โสธรศักดิ์ ผู้ประกอบการที่พัก จังหวัดพังงา คิดว่าการรวบรวมเรื่องราวของชุมชนในหน้านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นมุมมองสร้างสรรค์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการนำเสนอ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวด้วย “การนำข้อมูลกิจการมาลงในหน้าชุมชนเที่ยวสร้างสรรค์ มีประโยชน์ตรงที่กิจการจะได้ฟรีเชินต์ตัวเอง หากกิจการนั้นมีมุมที่สร้างสรรค์อยู่แล้ว หรือมีเอกลักษณ์ของตนเองอยู่แล้ว เพื่อให้คนที่สนใจเที่ยวแนวนี้ได้มองเห็น และได้เข้าใจกิจการหรือชุมชนนั้นๆ มากขึ้น เช่น เหล่า surfer ก็จะเป็นพวกที่รักทะเลอยู่แล้ว ไม่ว่าจะทำอะไรก็จะคำนึงถึงทะเลมาก เช่น ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้กับอุปกรณ์ หรือแม้กระทั่งครีมทาผิวต่างๆ ก็จะคำนึงถึงผลกระทบต่อทะเล ต่อสัตว์น้ำ ไปทะเลเห็นขยะก็จะเก็บติดไม้ติดมือมาทิ้งเสมอ จะคอยดูแลทะเล นักท่องเที่ยวเมื่อเห็นพฤติกรรมเหล่านี้ก็จะซึมซับและทำตาม แล้วพวกกิจการผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ต่างๆ ที่ไม่กระทบกับทะเลหรือสิ่งมีชีวิตในทะเลก็จะขายได้ ก็ดึงดูดเด่นตรงนี้มาฟรีเชินต์ในนี้ได้ ส่วนผู้ประกอบการอื่นๆ หากจะมาลงในเครือข่าย ก็อยากให้หาแง่มุม เรื่องราวมาฟรีเชินต์ เช่น โรงแรมเครือข่ายจะมีกิจกรรมเก็บขยะริมหาดทุกเช้า

ลูกค้าที่มาพักสามารถร่วมกิจกรรมกับโรงแรมได้ เป็นต้น นอกจากจะได้ลูกค้าแล้ว ยังได้ภาพลักษณ์ที่ดี สร้างจุดต่างอีกด้วย”

ประเสริฐศรี สุวรรณไชย ผู้ประกอบการร้านดำน้ำ มองว่าหากผู้ประกอบการได้นำเสนอตัวเองในหน้าเว็บไซต์นี้จะเป็นประโยชน์ในแง่การช่วยโฆษณากิจการโดยตรง ขณะเดียวกันยังช่วยเชื่อมโยงตัวกิจการกับส่วนอื่นในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น “ในมุมมองผู้ประกอบการ การจะมาอยู่ในเครือข่ายชุมชนเที่ยวสร้างสรรค์หรือเส้นทางแนะนำ มองว่ามีประโยชน์มากและน่าสนใจ เพราะกิจการเราจะเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวแบบนี้ มีประโยชน์ทั้งต่อกิจการตนเองคือ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมองว่าหากกิจการดำน้ำมีโอกาสได้มีเส้นทางกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน หรือชาวบ้าน ก็จะช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย แล้วชาวบ้าน เช่น ชาวประมงที่เขาอยู่ในช่วงฤดูกาลที่ไม่ได้ไปหาปลา เขาก็ได้มีรายได้เสริม และเป็นการสร้างโอกาสให้ชาวบ้าน หากชาวบ้านเห็นว่าการท่องเที่ยวแบบนี้ช่วยสร้างรายได้ให้เขา ก็อาจเกิดการรวมตัวกัน เช่น ชาวบ้านที่มีเรือหางยาว ช่วงนี้ว่างๆ รวมตัวกันพานักท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมดีกว่า เปิดเส้นทางชาวบ้านที่ไม่เหมือนเส้นทางดำน้ำทั่วไป เป็นต้น และเมื่อชาวบ้านรวมกลุ่มกัน ก็จะเกิดความร่วมมือกัน ทำให้ชุมชนเข้มแข็งมากขึ้น ช่วยกันกระจายรายได้ ช่วยเหลือกัน เศรษฐกิจในท้องถิ่นก็ดีขึ้น แล้วนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวก็อาจจะไม่ได้มองแค่ความสวยงาม แต่เห็นว่าชาวบ้าน คนในชุมชน ผู้ประกอบการเองก็น่ารัก เป็นมิตร ไม่ได้จะเอาแต่ผลประโยชน์ตนเอง แต่ก็เอื้อกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ รักในชุมชน และอยากมาเที่ยว มาเยี่ยมเยือนคนในชุมชนอีกเรื่อยๆ การท่องเที่ยวก็คึกคัก เศรษฐกิจก็จะดีขึ้น”

นักท่องเที่ยว 1 มองว่าหน้านี้จะช่วยเปิดมุมมองแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น และจะช่วยเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรม “หน้านี้น่าสนใจ นอกจากช่วยเชิญชวนให้ไปเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวอาจไม่รู้จักรั ยังช่วยเปิดมุมมองให้นักท่องเที่ยวได้เห็นประโยชน์อีกด้านนึง ได้ยินเสียงอีกด้านนึงของคนในพื้นที่นั้นๆ อาจจะช่วยเพิ่มมูลค่าของวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่ถูกมองข้ามไป”

ขณะที่ในมุมมองของ นักท่องเที่ยว 4 มองว่า “ชอบคอนเซ็ปต์ของหน้า ชุมชนเที่ยวสร้างสรรค์ อยากให้มีคนแบบนี้ในชุมชนของตัวเอง มีแกนนำแบบนี้ อยากให้มีคนส่งเสียงสะท้อน หน้านี้เชิญชวนคนมาเที่ยว แต่ในอนาคตมีคนในนี้เยอะจะทำไมให้หาง่าย”

○ ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นอกจากเว็บไซต์ทำหน้าที่สร้างการรับรู้และการเข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่สร้างแรงบันดาลใจ สร้างตัวตน และส่งเสียงสะท้อน ในอีกด้านหนึ่ง เว็บไซต์ยังเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือเมื่อถูกพัฒนาขึ้นโดยนักวิชาการ สามารถเป็นแหล่งอ้างอิงแก่ผู้ใช้งานได้

นักท่องเที่ยว 4 ชาย มองว่าเว็บไซต์ทำให้ได้เห็นเส้นทางทางเลือกใหม่ และเป็นประโยชน์ต่อนักเล่าเรื่องการท่องเที่ยวเพราะรวบรวมข้อมูลท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือสามารถเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงได้ “ชอบคอนเซ็ปต์ของหน้าเส้นทางท่องเที่ยว มีทั้งคู่มือท่องเที่ยวและรายงานวิจัย เป็นคนเขียนรีวิวอยู่แล้วต้องการข้อมูลที่ถูกต้อง และมีคนเก็บรวบรวมให้แล้ว ซึ่งเหมาะกับเรามาก เป็นเครื่องมือให้เราได้เลย ยิ่งพัฒนาจากจุฬาฯ ยิ่งน่าเชื่อถือ เป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือได้ การมีเส้นทางอื่นให้เลือก เวลาไปเที่ยวก็คิดตลอดเวลาทำไมที่นี่มีเส้นทางเดียวที่คนไปกัน ไม่มีเส้นทางอื่นบ้างหรือ สมมติจังหวัดนี้มีเส้นทางให้เลือกมากขึ้นก็น่าสนุก อยากให้น่านมีเส้นทางให้เลือกอีก ซึ่งเป็นที่ไม่ได้ไปครั้งเดียว คราวหน้าก็เปลี่ยนเส้นทาง”

ขณะที่นักท่องเที่ยว 1 ให้ความคิดเห็นในมุมมองนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาข้อมูลเชิงลึกของสถานที่ท่องเที่ยวว่า “หากในอนาคตจะมีเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลาย แล้วก็มีการรวบรวมข้อมูลการวิจัยต่างๆ ให้ศึกษากันว่าเป็นโอเคทีเดียวดีค่ะ พุดในมุมมองนักท่องเที่ยว นอกจากจะบอกเส้นทางและวิธีการเข้าถึง มันก็เป็นฐานข้อมูลที่ดีที่เราจะได้ศึกษาก่อนไปยังสถานที่นั้นๆ ทำให้เกิดอารมณ์ร่วมก่อนและระหว่างท่องเที่ยวมากขึ้น แล้วก็ช่วยให้การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ได้ประสบการณ์ที่ดีกลับมามากกว่าการไปแบบไม่รู้อะไรเลย และในทางกลับกัน น่าจะเป็นการช่วยให้ชุมชนได้รับประสบการณ์ที่ดีจากนักท่องเที่ยวที่ได้ศึกษาเรื่องราวในชุมชนนั้นๆ ไปก่อนด้วย”

นักท่องเที่ยว 5 ก็ได้แลกเปลี่ยนจากประสบการณ์การเดินทางว่า “อย่างกระบี่คนก็ไปทะเล ไปปาร์ตี้ แต่จริงๆ มันมีชุมชนศิลปะอยู่ มันมีคนทำผ้าเขียนลายพื้นเมืองแต่คนไม่รู้จัก ต้องเสนอออกมาให้คนรู้จัก หรือกิจกรรมบางอย่างที่ชุมชนทำก็ลงแค่ลงวารสารในหน่วยงานรัฐ บางพื้นที่ไม่เป็นที่รับรู้จริงๆ เว็บนี้นอกจากทำคอนเทนต์เองก็น่าจะดึงคอนเทนต์จากที่อื่นแหล่งอื่นที่เขาเผยแพร่แล้วแต่คนไม่ค่อยเห็นมารวมกันไว้ก็ดี ให้มันเป็นเครือข่าย”

ณพวรรณ์ ตรีผลาวิเศษกุล นักวิจัย ให้ความคิดเห็นว่ามันจะเป็นประโยชน์ช่วยให้เข้าถึงชุมชนได้มากขึ้น “จากแนวคิดของหน้าเส้นทางแนะนำ มีเส้นทางทางเลือกที่มีแนวการเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น เส้นทางอนุรักษ์

เส้นทางทอผ้า ใครชอบแนวนี้ก็ตามไปเลย จะแตกต่างจากเว็บไซต์ท่องเที่ยวทั่วไปที่พาไปเที่ยวอย่างเดียว แต่ไม่มีรายละเอียดของเส้นทางมากนัก เช่น เรื่องราวของชุมชนอนุรักษ์ เว็บไซต์จะช่วยให้ตั้งต้นได้ว่าจะเข้าหาชุมชนเหล่านั้นยังไง”

ธัญญา พนาภิจักรธรณ ผู้ประกอบการที่พักที่ยึดถือหลักการบริการด้วยการสร้างความสนิทสนมกับนักท่องเที่ยว ให้ความคิดเห็นว่า “หน้าเส้นทางแนะนำ เข้าใจง่าย เข้าถึงง่าย มีแผนที่ เนื้อหาให้อ่าน ดูเป็นเว็บท่องเที่ยวเลย บุรณาการแล้ว ไม่มุ่งนำเสนอแนวคิดจนเกินไป ตามความเห็นควรอยู่ลำดับหน้าประมาณนี้ให้นักท่องเที่ยวทราบและเรียนรู้ก่อนว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแบบไหนได้บ้าง ตอบโจทย์การใช้ได้จริง ข้อมูลเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้จริง”

ณัฐพงศ์ กล้าผจญ ผู้ประกอบการนำเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ มองว่าหน้า เส้นทางแนะนำ ช่วยเพิ่มตัวเลือกการเดินทางมากขึ้น “ชอบหน้า เส้นทางแนะนำ เพราะมีตัวเลือกมากขึ้นทั้งจากคนทำทัวร์ที่มีธุรกิจ หรือคนเดินทางทั่วไปก็ได้ในชุมชนนี้ ส่วนตัวเคยคิดอยากทำเส้นทางเอง แต่ขายไม่ได้เพราะคนก็ชอบจองที่ไปกันเยอะๆ”

อีกหนึ่งผู้ประกอบการที่ทำงานใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว ปรัชญา โสธรศักดิ์ มองว่าหน้าใหม่ของเว็บไซต์เป็นประโยชน์ แต่รูปแบบการนำเสนอควรทำให้เข้าถึงง่ายขึ้น “การมีเส้นทางแนะนำถือว่ามีประโยชน์ต่อคนใช้ และมีประโยชน์ต่อกิจการท่องเที่ยว เพราะมักจะถูกถามเรื่องว่าที่ไหนน่าเที่ยวแถวนี้บ้าง ก็จะได้บอกลูกค้าได้เลย เพราะส่วนใหญ่ก็จะเป็นเส้นทางเดิมๆ แต่ถ้ามีชุมชน มีเส้นทางอื่นๆ ที่น่าสนใจ ก็จะเป็นทางเลือกให้ลูกค้า แต่ก็ต้องคำนึงถึงรูปแบบการนำเสนอด้วย อยากให้เป็นแผนที่ สามารถกดเลือกดูข้อมูลเส้นทาง หรือสามารถปักหมุดได้ ลิงค์เข้า google map หรือกดแชร์ให้กันได้ ก็จะสะดวกมาก และแต่ละจุดที่ไป อยากให้มีบอกว่าผ่านอะไรบ้าง จะได้ดูข้างทางว่ามีอะไรที่น่าสนใจให้ดูบ้าง อีกทั้งเป็นการแก้จุดที่หมุดมักปักผิด เพราะบางทีใน google map ปักผิดลูกค้าไปไม่ถึง การมีเส้นทางนี้ ก็อาจทำให้บางสถานที่มันถูกต้องจริงๆ มีข้อมูลบอกละเอียดกว่าว่าจะไปถึงต้องเจออะไรบ้าง ทำให้ลูกค้าไม่หลง”

สอดคล้องกับ โรสนี แกสมาน นักวิจัย แนะนำว่าควรนำเสนอเส้นทางด้วยรูปแบบทันสมัยและใช้งานง่าย “ควรจัดทำแผนที่ หรือ infographic ให้เห็นเป็น route ที่ชัดเจน เพิ่มเป็นกิมมิกในส่วนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปเลย ถ้าเห็นภาพเป็น map ว่าแต่ละจุดมันเชื่อมต่อกันยังไง ทั้งภายในจังหวัด และภายในภูมิภาคก็จะ

สนุกขึ้น หรือจัดหมวดตามความสนใจด้วยก็ได้ เช่น route ชิมอาหารทะเล route ฝ่ามดัย้อม ฝ่าย้อมคราม ฝ่าทอ
ท้องถิ่น route เดินป่าพิชิตทะเลหมอก”

○ พื้นที่สร้างสรรค์และพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่

เว็บไซต์ www.creativejourneyth.com เป็นพื้นที่เปิดให้ทุกคนเข้ามาแลกเปลี่ยนความรู้และ
ประสบการณ์ นำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเปิดให้ทุกคนเข้ามาใช้พื้นที่สร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวใหม่
ในหน้า เส้นทางแนะนำ และหน้า ล้อมวงคุย อันจะเปิดโอกาสแก่ชุมชนที่มีศักยภาพแต่ยังขาดพื้นที่นำเสนอ และ
เป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต

ปรัชญา โสธรศักดิ์ ผู้ประกอบการที่พัก จังหวัดพังงา ให้ความคิดเห็นหลังจากชมหน้า เส้นทางแนะนำ ว่า
“หน้าเส้นทางแนะนำจะเป็นตัวอย่างที่ดี มีข้อมูลแสดงให้เห็นว่าท้องถิ่นสามารถทำเส้นทางแบบนี้ได้ บนพื้น
ฐานความรู้ที่มี ไม่ใช่สิ่งที่ยากจะให้เป็น จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวมากขึ้น”

จตุพร สุวรรณสุขุม นักวิจัย มองว่าเว็บไซต์สามารถเป็นพื้นที่ให้ทุกคนได้เข้ามาแบ่งปันความคิดเรื่องการ
สร้างเส้นทางท่องเที่ยวของตนได้ “อยากให้พื้นที่ให้คนไปขายความคิดสร้างสรรค์ ให้คนได้นำเสนอเส้นทาง
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแบบของตัวเองบนเว็บไซต์ เปิดพื้นที่แชร์ไอเดียเดียวกัน สร้างสรรค์เส้นทางด้วยตัวเอง แล้ว
พื้นที่นี้จะกลายเป็นพื้นที่เจอกันของคนขายไอเดีย จะทำให้มีเส้นทางให้เลือกหลากหลาย เช่น เส้นทางเก็บพันธุ์ไม้
เส้นทางน้ำตก เส้นทางเก็บหินสวย และสามารถชวนเพื่อน ประกาศหาเพื่อนเที่ยวไปในเส้นทางที่ตนออกแบบใน
พื้นที่นี้ได้”

นักท่องเที่ยว 4 ชาย มองว่า จะเป็นโอกาสที่ดีที่ได้เส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น “ชอบเพราะจะมี
เส้นทางใหม่เกิดขึ้น ไม่ซ้ำ ถูกคิดค้นขึ้นมาใหม่ เช่น เส้นทางแถวบ้านเรา ในอนาคตคนจะสนใจการท่องเที่ยว จะมี
ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นนะ เชื้อแบบนั้น ไม่ใช่แค่ถ่ายรูป ถ้ามีช่องทางมุมมองใหม่ ถ้าแนวคิดนี้คนเห็นมากขึ้น ทำ
ให้ชวนคนคิดมากขึ้น เห็นคนหนึ่งทำคนอื่นก็อยากทำตาม มีโอกาสเกิดขึ้นได้เลย สนับสนุนให้ทำ ตอนนี้อาจจะมอง
ไม่ออกว่าคนจะเข้ามาเยอะไหม ควรมีหลายฝ่ายสนับสนุน แล้วเส้นทางจะเยอะมากไม่มีที่สิ้นสุด หรือบางคนอาจจะ
เข้ามาแล้วไปตาม”

สำหรับผู้ประกอบการในชุมชนบ้านหินช้าง จังหวัดระนอง เขียวภา สุประดิษฐ์ มองว่าจะช่วยเปิดโอกาสให้
ชุมชนได้นำเสนอเส้นทางเองโดยไม่ถูกปิดกั้น “ถ้ามีเครือข่ายเยอะจะดีมาก มีคนคอยแนะนำ เคยคิดแบบนี้อยู่ แต่

ไม่มีทางระบายความคิด อยากทำเส้นทางที่ดีอยากจะโชว์ ที่มีอยู่ต้นทุนแพงขายแต่จุดดั่งๆ ปิดกั้นบางเส้นทางดีๆ มองข้ามสิ่งสวยงามที่คนควรรู้จัก”

ธัญญา พนาภิสงส์วรรณ ผู้ประกอบการที่ฝึก ให้ความคิดเห็นเสริมถึงการขยายการมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ว่า “คนมาแชร์น่าจะมีอยู่แล้ว ควรมีแอดมินช่วยกระตุ้น ถ้าแชร์ไปเฟซบุ๊กอาจจะครีครึ้นกว่า แต่ถ้าสามารถรวบรวมเครือข่ายพูดคุยได้ เช่น หน่วยงาน นักวิชาการ พื้นที่นี้จะช่วยเปิดโอกาสให้ชุมชน สถานที่อื่นๆ ที่มีศักยภาพน่าทำ ซึ่งส่วนตัวเคยมีเส้นทางที่คิดเองอยู่เยอะ”

นอกจากการเห็นประโยชน์จากการเปิดพื้นที่สร้างสรรค์เส้นทาง ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนยังนึกถึงสถานที่เที่ยวในชุมชนของตนเองที่สามารถพัฒนาเป็นจุดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

นักท่องเที่ยว 6 จังหวัดฉะเชิงเทรา กล่าวว่า “ผมเชื่อว่าในทุกๆ ที่มีสถานที่ลึบอยู่แน่นอน แต่คนไม่รู้วิธีนำเสนอมากกว่า”

ณัฐพงศ์ กล้าผจญ ผู้ประกอบการนำเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า “เคยคิดทำเส้นทางเอง ยังไม่มีใครทำ เช่น ที่บ้านเกิดลำปาง บนภูเขาเป็นฐานทัพอากาศเก่าสมัยที่การบินยังไม่พัฒนาเหมือนทุกวันนี้ เครื่องบินจากกรุงเทพฯ ต้องแวะเติมน้ำมันก่อนไปเชียงใหม่ ตรงนั้นมีเรื่องเล่า มีสถานที่และวิวน่าชม”

นักท่องเที่ยว 2 ให้ความคิดเห็นว่าชุมชนของตนเองก็สามารถพัฒนาเป็นจุดท่องเที่ยวได้ “เราอยู่ทิวพัฒนา มันก็ไม่มีอะไรให้เที่ยว แต่ที่สังเกตชาวบ้านแถวนี้ปลูกกล้วยไม้กันเยอะมาก เป็นสวนเล็กๆ แต่เยอะมาก แล้วขายส่งตลาดไม่ได้ขายส่งนอกเหมือนคนที่ทำกล้วยไม้รวยแล้วออกข่าวกัน มันก็น่าสนใจว่ากล้วยไม้ธรรมดาๆ ที่เราเอาไปไหว้พระในกรุงเทพฯ จริงๆ มาจากที่นั่นะ อาจจะเป็นเส้นทางเรียนรู้ได้”

ณพวรรณ์ ตรีผลาวิเศษกุล นักวิจัยซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ เช่นกัน แสดงความคิดเห็นว่า “บ้านอยู่พระรามสอง คนไม่ค่อยรู้ว่ามันมีป่าชายเลน แล้วคนไปก็ไปแคกินอาหารทะเล แต่จริงๆ มันมีวิถีประมง มันอุดมสมบูรณ์มาก มันมีปลาโลมาด้วย”

สำหรับ นักท่องเที่ยว 3 ซึ่งเป็นคนพินาย ได้กล่าวว่า “เวลาคนนึกถึงพินายจะนึกถึงปราสาทหิน และก็เที่ยวแค่นั้น แต่จริงๆ ปราสาทพวกนี้มันน่าจะเอามาจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ได้ โชว์งานศิลปะร่วมกับพื้นที่ทางประวัติศาสตร์เหมือนที่ต่างประเทศทำ แล้วอีกอย่างคือปราสาทพินายต่างจากที่อื่น คือที่อื่นจะอยู่โดดๆ แต่ของพินาย

มายอยู่กลางชุมชนเลย ซึ่งนักประวัติศาสตร์เข่าว่ากันว่าพิมายมันเป็นเมืองที่ไม่เคยร้าง คนก็เปลี่ยนไปตามยุคแหละ แต่มันเริ่มเป็นชุมชนมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์แล้ว ก่อนจะมีปราสาทด้วยซ้ำ มันเลยมีวัฒนธรรมดั้งเดิมหลายอย่างอยู่ในตัวชุมชน มีเรือโพงที่ที่อื่นไม่มี แต่พิมายมีเขาก็จะอนุรักษ์กัน”

สำหรับเส้นทางและเนื้อหาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้นำเสนอในเว็บไซต์เพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยว 5 ต้องการเส้นทางเชิงสุขภาพและครอบครัวมากขึ้น “อยากให้มีกระทุ้เกี่ยวท่องเที่ยวแนวสุขภาพ พักกายพักใจแบบที่ไม่ต้องไปวัด เป็นแนวชีวิตจริง เรื่องอาหารชีวิต สวนผัก โยคะ อยากให้คุยเรื่องครอบครัวเพราะพี่ชอบเที่ยวแบบครอบครัว อยากให้มันมีกิจกรรมให้ครบทุกวัย เช่นหลายพี่ไปปั่นดินเหนียวพี่ก็เล่นโยคะแบบนี้”

ขณะที่ นักท่องเที่ยว 3 เสนอว่า “อยากให้เพิ่มการเที่ยวแบบกินครับ ไม่ใช่อาหารทั่วไปแต่เป็นอาหารท้องถิ่น เพราะชอบกิน จริงๆ แล้วอาหารแต่ละที่แตกต่างกัน แค่อำเภอสชาติก็ต่างแล้ว อย่างผมอยู่พิมาย ลาบเราใส่หนังหมูกับกระเทียมดอง แต่ที่อื่นไม่ใส่ มันเล็กน้อยแต่มันน่าสนใจ”

สำหรับ ณพวรรณ์ ตรีผลาวิเศษกุล นักวิจัย เสนอว่า “ควรมีกระทุ้เตรียมตัวเที่ยวว่าจะไปแต่ละที่ที่ต้องพร้อมด้านไหนบ้าง”

นักท่องเที่ยว 1 ต้องการเส้นทางเที่ยวจิตอาสาที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ของตน “ต้องการเที่ยวแนวจิตอาสาทำกิจกรรมควรมีกระทุ้ที่แนะนำเรื่องพวกนี้ เช่น ปูกล้วยขายเลน เป็นต้น”

ผลการสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้ประโยชน์ Digital Platform สรุปประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

- สร้างการรับรู้และเข้าใจแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- สร้างพื้นที่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
 - เปิดพื้นที่สร้างสรรค์แก่นักเล่าเรื่องการท่องเที่ยว
 - เปิดพื้นที่แสดงตัวตนและส่งเสียงจากชุมชน
 - ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - เปิดพื้นที่สร้างสรรค์และพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่

4.2.2 ผลสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อคลิปสื่อเรียนรู้บน Digital Platform

คณะวิจัยจัดประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับคลิปสื่อเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ใน เว็บไซต์ www.creativejourneyth.com เพื่อนำความคิดเห็นมาพัฒนา Digital Platform ให้ตอบความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์ โดยจัดประชุม 2 พื้นที่ศึกษา คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (เก็บข้อมูล 9 กุมภาพันธ์ 2564) และ จังหวัดระนอง (เก็บข้อมูล 11 มีนาคม 2564) เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการ สถานศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนรวม 25 คน โดยลำดับการเปิดคลิปสื่อเรียนรู้ คือ เรื่องที่ 1 ห้องเรียนสุดขอบฟ้า เรื่องที่ 2 Trawell Thailand และเรื่องที่ 3 Hear & Found สรุปความคิดเห็นจากทั้ง 2 พื้นที่ได้ดังนี้



- **ความเข้าใจในแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

การผลิตสื่อเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าใจแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น เพื่อให้มีแนวทางร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสื่อเรียนรู้ทำให้เข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่อง “ห้องเรียนสุดขอบฟ้า” พิภพ พานิชภักดิ์ ผู้ผลิตรายการดังกล่าว ชี้ให้เห็นคุณค่าของความเรียบง่ายและความสำคัญของทรัพยากรดั้งเดิมของชุมชน โดยไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติมดัดแปลงให้ผิดแผกจากวิถีชีวิตเดิมผ่านประโยคที่กล่าวว่า “ความวิเศษอยู่ในความธรรมดา” ยกตัวอย่างความคิดเห็นของอาจารย์ธงชัย สุทธิสม ที่ปรึกษาวัฒนธรรมจังหวัดประจวบฯ กล่าวว่า

“ทำให้มองเห็นว่าในท้องถิ่นในชุมชนของเรามีความสำคัญอยู่ ที่ซ่อนอยู่ ชอบใจคำที่ว่า ‘ความวิเศษอยู่ในความธรรมดา’ ซึ่งหลายชุมชนมักมองสิ่งสำคัญในตัวเองไม่ออก แล้วก็พยายามเสาะหาไปมองที่อื่นว่าที่อื่นเขามีความเด่นยังไง มีเอกลักษณ์อย่างนั้น มีอัตลักษณ์อย่างนี้ เสร็จแล้วก็มองข้ามของตัวเองไป แล้วก็มานั่งคิดที่จะหาสิ่งแปลกใหม่”

วัฒนา ไชยชนะ ประธานกรรมการถนนสายวัฒนธรรมสุคีติ และเจ้าของโรงแรมประจวบπίช ประจวบฯ ให้ความคิดเห็นสอดคล้องกัน โดยเพิ่มเติมมุมมองจากนักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็นจากประสบการณ์การประกอบธุรกิจโรงแรม โดยกล่าวว่า “จากที่ได้ดูวิดีโอแล้วก็คือ ชุมชนมีแบบไหนก็ทำแบบนั้น คือนักท่องเที่ยวที่มาประจวบฯ เขาจะมาเพราะว่าประจวบฯ เป็นประจวบฯ ไม่ใช่ว่าประจวบฯ ดัดแปลงเป็นอย่างอื่น”

ขณะที่จำลอง พรหมแดง ประธานชุมชนถนนสายวัฒนธรรมสุคีติ ประจวบฯ ได้ประมวลประโยชน์ที่จะได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไม่เพียงแต่รายได้เพิ่มมากขึ้น แต่ยังเห็นประโยชน์ในมิติอื่นๆ “ทำให้รู้สึกว่าการเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถจะมาเที่ยวมาชมแบบเรียบง่ายนะคะ แล้วก็ได้เห็นเกี่ยวกับภูมิปัญญาของคนที่อยู่ในท้องถิ่น ประชาชนในท้องถิ่นได้พัฒนาเรียนรู้ไปด้วย ชุมชนสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากคนที่มาเที่ยวเพื่อมาเป็นประสบการณ์ของชุมชนจากการที่คนมาเที่ยว ชุมชนเกิดการพัฒนาในสิ่งที่ชุมชนมีอยู่แล้วก็ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชน เพราะต่างคนก็ต่างอยากจะให้ชุมชนของตัวเองมีจุดเด่นที่สุด สามารถที่จะนำเสนอผู้ที่มาเที่ยวชมได้ สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ สถาบันครอบครัว เพราะคนมาเที่ยวจะเป็นเด็ก ผู้ใหญ่ ได้มาเที่ยวรวมกันจะทำให้เกิดความเป็นครอบครัว มีความรักความสามัคคีกันมากขึ้น”

ขณะที่อาจารย์เฉลิมพล อภัยวี หรืออาจารย์ไก่ ผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานชุมชนถนนสุคีติ ประจวบฯ ที่ทำงานขับเคลื่อนเรื่องการท่องเที่ยวมาตลอด ได้เห็นอีกมุมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการเรียนรู้ ที่จะมีประโยชน์ต่อยอดสู่ด้านอื่นๆ แก่สังคม “ผมว่าเป็นเหมือนนวัตกรรม เป็นความคิดที่ดีมาก เพราะว่าการเที่ยวแล้วเราได้รับความรู้ด้วย ความรู้ก็จะนำไปสู่การแตกยอดต่างๆ อีกหลายอย่าง ได้อาชีพ ได้ความสุข แล้วก็ผลประโยชน์คือได้กับชุมชน...จากในวิดีโอท่านอาจารย์บอกว่า ‘ความวิเศษอยู่ในความธรรมดา’ ถูกต้องเลยครับ เพราะว่าในแต่ละบริบทแต่ละชุมชนในแต่ละชุมชนมันจะไม่เหมือนกัน แต่ละแห่งไม่เหมือนกัน เราจะเอาในพื้นที่ของเราตรงนั้น ไม่จำเป็นต้องไปพัฒนาให้มันเกิดความเจริญวิริคมาหารอะไร แต่ให้มันใจในความสามัคคีเอามาใช้ให้เกิดประโยชน์”

ในมุมมองที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเรียนรู้ เยาวภา สุประดิษฐ์ ตัวแทนกลุ่มแปรรูปอาหารทะเล บ้านหินช้าง จังหวัดระนอง ก็มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยกล่าวว่า “ดูคลิปแล้วประทับใจมากเลย เหมือนเวลาเราเน้นการท่องเที่ยวกับครอบครัว ในครอบครัวจะมองเห็นได้หลายด้าน มีทั้งผู้ใหญ่ เยาวชน ซึ่งในชุมชนบ้านเรามีสิ่งที่เรียนรู้ก็คือ เรียนรู้กับธรรมชาติ มีป่าโกงกางที่อุดมสมบูรณ์ เวลา่องเรือทำกิจกรรม วิธีการปลูกป่าโกงกาง ปลูกต้นโกงกาง ปลูกแบบไหนที่มันจะไม่ลอย ไม่หลุด อันนี้คือสิ่งที่เรียนรู้”

- **เกิดแรงบันดาลใจและเห็นโอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

สื่อเรียนรู้ทั้ง 3 เรื่อง นำเสนอให้เห็นแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมุมมองที่หลากหลาย อีกทั้งนำเสนอกรณีตัวอย่างให้ผู้เรียนรู้ได้ศึกษาและคิดเชื่อมโยงกับพื้นที่ของตนได้จนเกิดแรงบันดาลใจ เห็นโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น อาจารย์จริยา แซ่ถั่ว หัวหน้าสาขาการท่องเที่ยว วิทยาลัยชุมชนระนอง ได้เกิดแรงบันดาลใจจากการชมสื่อเรียนรู้เรื่อง “ห้องเรียนสุดขอบฟ้า” และมองว่าระนองมีศักยภาพสามารถทำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

“จากคลิปวิดีโอที่ให้ดูนะ ครั้งแรกที่เห็นก็คือเกิดแรงบันดาลใจที่อยากจะเดินทาง เดินทางเพื่อแสวงหาความรู้ ตามแนวคิดของเจ้าของคลิปนี้เลย แล้วเมื่อมองดูแล้วโอกาสของจังหวัดระนองเรา ตามแนวความคิดนี้ก็เลยสรุปได้ง่ายๆ คือวิถีชีวิตความเป็นระนองยังคงมีอยู่เยอะ ในเรื่องของวัฒนธรรม วิถีชุมชน ธรรมชาติ อาหาร ทุกอย่างเลย”

ความคิดเห็นดังกล่าวจากการประชุมที่ระนอง สอดคล้องกับความคิดเห็นของสิรินันท์ ประจวบฯ ที่เห็นโอกาสและศักยภาพของจังหวัดประจวบฯ เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติของจังหวัด “ที่ดูในคลิปวิดีโอ นะคะ เป็นสิ่งที่อำเภอเมืองของเราน่าจะทำได้ โดยอาศัยความร่วมมือทุกภาคส่วน เราต้องครีเอตด้านความคิดออกมาว่าเราจะช่วยกันทำยังไงให้มีการพัฒนาตรงนั้น เราจะทำจริงๆ แล้วไม่ต้องมีอะไรที่โดดเด่นมากมาย เราดึงวิถีชุมชนเข้ามาอยู่ในเมืองก็สามารถที่จะทำได้ เพราะว่าคนสมัยนี้ค่อนข้างเบื่อชีวิตในเมือง ส่วนใหญ่คนก็จะเข้าไปเที่ยวตามป่าตามเขาซะมากกว่า เพราะตามป่าตามเขานั้นมันจะเห็นในวิถีชีวิตที่ชัดเจน ไม่ได้มีการปรุงแต่งอะไรมากมาย เพียงแค่ปรับนิดเดียวให้มีความสะดวกสบายขึ้น แต่ไม่ได้ไปเปลี่ยนแปลงอะไรมาก”

จากความคิดเห็นข้างต้น แสดงให้เห็นว่าหลายคนสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาในสื่อเรียนรู้ นำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ของตนได้ อีกทั้งหลายความคิดเห็นก็แสดงให้เห็นถึงการนำไปต่อยอด สามารถออกแบบกิจกรรมและ

เส้นทางการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมได้ ตัวอย่างเช่น หลังจากชมสื่อเรียนรู้เรื่อง “Hear & Found” ที่ได้เปิดประเด็นเรื่องการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยว หลายคนที่มีภาพจำว่าการท่องเที่ยวคือการทำงานผ่านภาพ ก็ได้เปิดมุมมองใหม่ว่าเสียง ก็เป็นผัสสะที่ไม่ควรมองข้ามสำหรับนำมาออกแบบกิจกรรม อาจารย์สมชาย ทิพย์ประเสริฐสุข ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคโนโลยีประจวบฯ ได้ให้ความคิดเห็นหลังจากชมสื่อเรียนรู้เรื่องนี้และเชื่อมโยงถึงกิจกรรมที่เคยทดลองทำ

“ผมว่าเป็นประโยชน์มากนะครับ โดยเฉพาะคลิปสุดท้าย (Hear & Found) คือมันสะท้อนให้ผมเชื่อว่า คนที่มาอยู่ในชุมชน ในห้องประชุมวันนี้ มีทั้งผู้นำชุมชน มีทั้งสถานประกอบการ มีทั้งหน่วยงานราชการ ผมว่าจะเกิดประโยชน์ เกิดความตระหนักกับผู้นำต่างๆ ซึ่งบางทีเรานึกไม่ถึงว่าแค่เสียงก็สามารถเอามาทำเป็นสื่อ แล้วสามารถนำมาเผยแพร่ แล้วก็เอาไปสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นได้ เพราะจริงๆ อย่างที่ทุกท่านนำเสนอไว้ จังหวัดประจวบฯ มีอะไรเก่าๆ เยอะมาก ผมไม่ใช่คนประจวบฯ โดยแท้นะ ผมมาอยู่ประจวบฯ ผมก็พอรู้อยู่บ้าง อย่างเช่น ตอนที่มาปีแรกๆ ผมรู้จักแค่ว่าประจวบฯ มีอำเภอบางสะพาน มีการร่อนทอง มีการแสดงระบำร่อนทอง ผมมาอยู่ประจวบฯ ในพื้นที่ใกล้อำเภอเมือง ติดกับทับสะแก ส่วนใหญ่ปลูกสับปะรดเยอะมาก เราก็ไปดูวิถีการปลูกสับปะรดของชาวบ้าน ก็เลยมาคุยกับเด็กนักเรียนให้ลองออกแบบท่าเต้น เราเรียกว่าระบำสับปะรดไปนำเสนอจังหวัด แต่ก็ยังไม่เป็นที่ยอมรับ ไม่เป็นที่ติดปาก เพราะว่าเราคิดกันเอง นั่งคิดกันเอง ซึ่งมันมีวิถีชีวิตอย่างนี้เยอะมาก การแสดงของทางจังหวัดเอง แม้กระทั่งถนนสู่ศึกที่แต่ละท่านนำเสนอ”

อาจารย์เฉลิมพล อภัยวี พิพิธภัณฑสถานถนนสู่ศึก ประจวบฯ ก็ได้โอกาสแบ่งปันกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องการพัฒนา ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากสื่อเรียนรู้เรื่อง Hear & Found นำแนวคิดมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์สำคัญของประจวบฯ

“สำหรับคลิปที่ 3 (Hear & Found) ในการออกแบบกิจกรรมสำรวจวิถีชีวิตวัฒนธรรม การเป็นศาสตร์เรียนรู้ ชุมชนหัวบ้านถนนสู่ศึก ที่เราได้ทำก็คือ เมื่อก่อนวิถีชีวิตของเราเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิม สมัยก่อนยารักษาโรคยังไม่พัฒนา คุณหมอก็ยังน้อย เราก็รักษาโรคจากเจ้าพ่อเจ้าแม่ นี่เป็นวิถีชีวิตของเราจริงๆ เจ้าพ่อเจ้าแม่ เขาล้อมหมวก พ่อตาม่องล่าย ซึ่งอยู่ในชุมชนเรา พวกนี้มาร่วมตีกลี ตีกลีนี้เป็นลักษณะของงานศรัทธา ถ้าคนใดเข้าร่วมงานตีกลี แล้วจะเกิดความเจริญรุ่งเรือง ความเจ็บไข้ได้ป่วยจะไม่มี เป็นความเชื่อนะครับ คืออัตลักษณ์ที่เราเคยดึงกลับมาใช้แล้วอยากจะให้ทำต่อ สมัยก่อนเป็นความเชื่อการเข้าผีแม่ศรี ในสมัยก่อนที่เราเล่นกัน เป็นของชุมชนเลย แล้วก็ตั้งใจอยากจะทำ Mini Light and Sound ซึ่งประจวบฯ ถนนสู่ศึก ใครๆ ก็มักจะถามว่า ทำไมชื่อถนนสู่ศึก เพราะในวันวิโรกรรม กองบินเขาจะมีการวางพวงมาลาในพิธีตอนสงคราม ที่นี้เราก็อยากจะจำลองเป็นสงคราม

เล็กๆ ในวันสำคัญบนถนนลู้คิก แล้วก็ที่บ้าน ก็เป็นอัตลักษณ์ที่คุณพ่อเขียนไว้ในประวัติเลยว่า เป็นที่ให้ทหารไทยที่บาดเจ็บมาหลบอาศัย มารักษาตัวอยู่ในถนนเส้นนั้น เราก็อยากจะทำเป็น Mini Light and Sound เล็กๆ ให้มองภาพออก ...อยากจะทำให้คนได้เห็นในสงครามโลกครั้งที่ 2 จริงๆ แล้วเป็นอย่างไร ส่วนใหญ่เราจะพูดกันถึงสงครามโลกครั้งที่ 2 แต่เราไม่เห็นบรรยากาศ เมื่อได้ฟังคลิปนี้ (Hear & Found) เราก็เกิดไอเดีย เกิดวิธีคิดว่าเราต้องรับเอามาทำให้เห็นเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และรวมถึงกิจกรรมที่จับต้องได้ เมื่อก่อนเรามีวิถีชีวิตคือเรามีทำมู่ลี่โบราณ ใช้กระดาษม้วน ไขแปงเปียก ไขขาว เราก็จะสอนคนทำโดยที่เราไม่ต้องไปซื้อกาเวลาเท็กซ์ให้มันเสียตั้งค์ ไขแปงเปียกมาผสมกันกับน้ำร้อนแล้วกวนเป็นกาว ม้วนกับเศษกระดาษมาร้อยทำเป็นม่านมู่ลี่ ไขได้ ไม่ต้องไปซื้อ แล้วก็สวยและทน และหลังจากนั้นเรายังมีตำนานเรื่องเล่า ความเชื่อเรื่องเล่าในอดีต ซึ่งนับวันก็จะสูญหายไปแต่ละที่ เช่น อ่าวมะนาว โรงเรียนประจวบวิทยาลัย ต้นตะเคียนเป็นอย่างไร ผมกำลังจะศึกษาและกำลังจะเขียนในเรื่องตำนานผีในชุมชน ซึ่งจริง ๆ แล้วมันก็เป็นอีกความเชื่อหนึ่ง ในเรื่องของผี ซึ่งมันมีกับคนไทยมาแต่โบราณเลย ความเชื่อเรื่องและจิตวิญญาณ ซึ่งผู้ใหญ่ท่านเล่าให้ฟังเราก็เก็บๆ เอาไว้ อันนี้มันก็ถือเป็นการออกแบบกิจกรรมดึงดูดได้เหมือนกันนะครับ”

สื่อเรียนรู้เรื่อง “Hear & Found” ได้ช่วยเปิดประเด็นให้หลายคนได้แบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ธนกร สุวฉิมกุล นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ องค์การบริหารส่วนจังหวัดระนอง (อบจ.) เมื่อได้ชมสื่อเรียนรู้เรื่องนี้ก็สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ระนอง แล้วนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาจจะนำมาพัฒนาได้ “ขออนุญาตพูดถึงเรื่อง “Hear & Found” นะครับ เรื่องดนตรีจริงๆ แล้วอาจจะรวมถึงเรื่องของวัฒนธรรม ประเพณีของคนระนอง ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีของคนระนองอาจจะไม่ได้เด่นชัดเหมือนกับตัวอย่างในคลิป ถ้าเราพูดถึงดนตรีในประเทศไทย เราอาจจะนึกถึงคนทางอีสานที่เรามีการละเล่นที่สนุกสนานเป็นเอกลักษณ์มากกว่า คนในระนองเป็นคนจีนจะเป็นส่วนใหญ่ นะครับ เพราะฉะนั้นลักษณะของวัฒนธรรมดนตรีอาจจะไม่ได้เด่นชัด เหมือนกับจังหวัดทางอีสาน ที่นี้พอมานึกถึงดนตรีของคนระนอง ผมก็นึกถึงชาติพันธุ์คนจีนแต่ว่ามันไม่เชิงเป็นดนตรีนะครับ เราอาจจะไม่ได้มีการแสดงอะไรที่เป็นดนตรีที่มีอยู่ในระนองนะ ครับ แต่ผมจะยกตัวอย่างว่ามันเป็นเสียงที่เกิดขึ้นแล้วกัน แล้วก็อยู่ในประเพณีของคนจีนฮกเกี้ยน ในประเพณีงานศพหรือว่าประเพณีกินเจจะมีดนตรี เส้นทางเดินผ่านในสมัยรัชกาลที่ 5 ก็มีดนตรีจีนมารับเสด็จนะครับ ...ส่วนอีกอันนึง เชื่อมโยงถึงสถานการณ์ ประเทศเพื่อนบ้านจะเห็นว่าคนออกมาประท้วงเคาะถ้วยเคาะชามกัน พอผมดูข่าวแล้วผมก็นึกถึงดนตรีที่ผมกำลังนึกอยู่ในใจ ก็คือการเคาะถ้วยเคาะแก้วกะลามัง แต่มันคือประเพณีของคนจีนฮกเกี้ยน เลยมาคิดว่าถ้าเราถอดองค์ความรู้ออกมา มันก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สามารถเล่าให้นักท่องเที่ยวฟังได้ คือดนตรีที่ผมว่าถ้าเป็นในยุคที่ผมเด็ก ๆ จะต้องเคลื่อนศพไปฝังก็จะมีสวดมนต์ฮกเกี้ยนหรือว่าสวดมนต์ไทหล้า จะต้องมีการกลองมี

ห้องที่มาตีหน้าชาวบ้าน หลังๆ คนจีนอาจจะไม่นิยมฝังศพจะเผาศพก็จะมีเล่นเหมือนกัน แล้วทุกวันนี้สมาคมฮกเกี้ยนที่เป็นสมาชิก ก็เหมือนกับว่าจะมีการจัดดนตรีแบบนี้ขึ้นมาเหมือนกัน เพื่อเป็นการรักษาสถาปัตยกรรมนิยมประเพณี”

อีกบทบาทหนึ่งของสื่อเรียนรู้ ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมหลายคนได้นึกถึงสิ่งที่พื้นที่ของตนมีอยู่ในปัจจุบัน แต่ยังช่วยพาสำรวจและขุดค้นสิ่งที่หายไปจากชุมชน เช่น อัศนีย์ วาฮับ รองประธานกลุ่มประมงพื้นบ้านหินช้าง จังหวัดระนอง หลังจากชมเรื่อง “Hear & Found” ก็ได้นึกถึงการแสดงพื้นบ้านที่เคยแสดงในหมู่บ้านหินช้าง “จะขอพูดถึงเกี่ยวกับดนตรีพื้นบ้านย้อนยุค เรียงง่ายๆ ว่าลิเกป่า ก่อนหน้านี้ 2-3 ปีที่ผ่านมา เขาก็เล่นกันทุกคืน แต่พอหัวหน้าคณะเสียไปก็หยุดเล่น เพราะว่าเขาไม่มีงบประมาณที่จะมาเล่นกัน แต่ตอนนี้พอมาเห็นว่า เออ เสียงดนตรี ก็เลยนึกขึ้นมาว่าน่าจะจัดตั้งขึ้นมา เพราะว่าส่วนมากถ้าคนมาจากกรุงเทพฯ อะไรแบบนี้ จะมาเที่ยวจังหวัดระนอง หรือว่าไปท่องเที่ยวในชุมชน ถ้าเขาอยากเห็นดนตรีย้อนยุค เราก็สามารถจัดให้นักท่องเที่ยวดูได้”

นอกจากเรื่องการแสดงและดนตรีพื้นบ้าน ยังมีอีกหลายคนกล่าวถึงสิ่งที่ชุมชนของตนมีแต่ยังไม่ได้ถูกหยิบยกนำมาจัดการเพื่อการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเยาวภา สุประดิษฐ์ ตัวแทนกลุ่มแปรรูปอาหารทะเล บ้านหินช้างระนอง ก็ได้เห็นสิ่งที่ชุมชนมีแต่ยังไม่ได้ถูกให้ความสำคัญ คือปราชญ์ชุมชน “ประเด็นหลักๆ ก็คือปราชญ์ชาวบ้าน ปราชญ์ชาวบ้านของหมู่บ้านหินช้าง มีหมอต่อกะตุกของชุมชนบ้านหินช้าง ซึ่งตามสถานที่ต่างๆ ไปใช้บริการเยอะมากค่ะ เป็นปราชญ์ชุมชน และก็มีผู้เฒ่าผู้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน เกี่ยวกับพวกยาสมุนไพรอะไรต่างๆ ซึ่งชุมชนเราก็มีความคิดว่ามันน่าจะเกิดรายได้”

อาจารย์ปานติ คงสมบัติ หัวหน้างานฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว วิทยาลัยชุมชนระนอง ก็เห็นแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวของระนองตามแนวคิดของ “ห้องเรียนสุดขอบฟ้า” เรื่องการสร้างเรื่องราวให้กับจุดท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา “การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อชุมชนสร้าง story ของตัวเอง ถ้าชุมชนไม่มี story ใครก็ไม่ไป แม้แต่นักท่องเที่ยวสองคนที่ตะกั่วป่า (ในคลิปห้องเรียนสุดขอบฟ้า) ก็จะไม่ไปเพราะเขาไปแล้วไม่ได้อะไร สิ่งหนึ่งที่เขาอยากได้ก็คือความสบายใจ ความสะดวกสบาย ไม่ต้องถึงขั้นที่ต้องหุ้หุ้หุ้มากมาย อย่างลิสาวโฮมสเตย์ (เกาะปากน้ำ) เราก็พักได้ แต่ได้ธรรมชาติที่งดงาม ได้ความรู้สึกประทับใจ ... อย่างเรื่องของความอยู่รอดประมงพื้นบ้าน มันมีเสน่ห์มาก ยังหาตามชายฝั่งได้ ยังหาทุกสิ่งทุกอย่างตามชายฝั่งเพื่อเอามาให้นักท่องเที่ยวได้เห็น สามารถพานักท่องเที่ยวไปตกเบ็ดได้ ไปล่องเรือ ไปทอดแหได้ อะไรที่มันเป็นธรรมชาติของระนองยังมีอยู่เยอะมาก”

ขณะที่วิทยุ กลับกลาย ตัวแทนหอการค้าจังหวัดและกรรมการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดระนอง หลังจากได้ชมสื่อเรียนรู้เรื่อง “ห้องเรียนสุดขอบฟ้า” ก็ได้แรงบันดาลใจเชื่อมโยงกับพื้นที่ระนอง โดยเฉพาะในช่วงที่พิภพผู้ผลิตรายการห้องเรียนสุดขอบฟ้าได้กล่าวให้มีความสำคัญกับน้ำทะเลขุ่นว่าเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีกว่าน้ำทะเลใส วิทยุจึงหยิบยกเนื้อหาดังกล่าวมาชวนทุกคนคิด ให้มองพื้นที่ทะเลระนองอย่างที่เป็นจริงโดยไม่ัดแปลงเพื่อแข่งขันกับพื้นที่อื่น ซึ่งการคิดจากต้นทุนของชุมชนจะสามารถพัฒนาไปในทิศทางที่เป็นไปได้ “พูดถึงเรื่องน้ำทะเลใส เหมือนพื้นที่ของจังหวัดระนองคือปากแม่น้ำ จริงๆ ทะเลของจังหวัดระนองเองเราไม่ได้ขายความสวยของทะเล คือยอมรับตรงๆ เรื่องทะเลเรารู้ที่อื่นไม่ได้ แต่ทำไมถึงมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยว แล้วมาอยู่บนเกาะพยามได้เป็นเดือนๆ นั่นคือเราขายวิถีคนเกาะพยาม ความ slow life แบบนี้”

- **เพิ่มความเชื่อมั่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว**

ในเรื่อง “Trawell Thailand” และ “Hear & Found” ได้ถอดบทเรียนรู้จากทีมงานที่มีประสบการณ์การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ตั้งแต่การลงพื้นที่สำรวจความต้องการของชุมชน การระดมความคิด จนออกมาเป็นกิจกรรม ซึ่งการนำเสนอให้เห็นกระบวนการดังกล่าว นอกจากคนที่ไม่เคยผ่านการทำงานด้านนี้มาก่อนจะได้เรียนรู้แนวทางการทำงานแล้ว ผู้เคยมีประสบการณ์การทำงานมาแล้วก็ได้ทบทวนการทำงานของตนและรู้สึกมั่นใจมากขึ้นต่อแผนงานที่เคยทำ เช่น อาจารย์เฉลิมพล อภัยรี ผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานธรรมชาติวิทยา ๔ ภาค ผู้ที่ทำงานเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชนและการท่องเที่ยวบนถนนสุริยวงศาหลายปี ก็ได้ความมั่นใจในแนวทางที่เคยทำมาตลอด

“ตั้งแต่คลิปแรก คลิปที่ 2 และมาถึงคลิปที่ 3 ทำให้มีกำลังใจว่าเราได้ทำตามขั้นตอน แล้วก็เดินถูกทางแล้วก็มีกำลังใจยิ่งขึ้น”

อีกหนึ่งความคิดเห็นจากผู้ประกอบการในชุมชน พรกุลรัตน์ มีโชคเจริญสกุล ผู้อำนวยการส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองจังหวัดประจวบฯ ก็มองว่าเนื้อหาของสื่อเรียนรู้ในเรื่อง “Trawell Thailand” ได้ให้มุมมองและวิธีคิดที่สอดคล้องกับกิจกรรมที่เคยทำเช่นกันและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกันได้ “จากคลิปที่เราได้

นอกจากความคิดเห็นจากผู้ประกอบการในชุมชน พรกุลรัตน์ มีโชคเจริญสกุล ผู้อำนวยการส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองจังหวัดประจวบฯ ก็มองว่าเนื้อหาของสื่อเรียนรู้ในเรื่อง “Trawell Thailand” ได้ให้มุมมองและวิธีคิดที่สอดคล้องกับกิจกรรมที่เคยทำเช่นกันและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกันได้ “จากคลิปที่เราได้

ดูไปนะคะ ซึ่งตรงนี้ดิฉันมองว่าการครีเอทหรือว่าการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ของเรื่องของการท่องเที่ยว จะหยิบได้หลายตัวเลยนะคะ อย่างเช่น ถ้ามองถึงจุดเด่นของประจวบฯ และก็ทรัพยากรที่เรามีอยู่ ดิฉันมองว่าเราจะมีความโดดเด่นเรื่องอาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเลและก็อาหารพื้นบ้าน ที่ประจวบอาจจะมียะไรที่จังหวัดอื่นไม่มีนะคะ อย่างเช่น งบทะเลย่าง แล้วก็จับหลัก ซึ่งเขาจะเอาปลามาปิ้ง แล้วก็เอาไปปิ้ง ซึ่งตรงนี้เป็นเอกลักษณ์ที่จังหวัดอื่นไม่มี เราก็จะใช้เรื่องการครีเอท นำเรื่องอาหารมานำเรื่องการท่องเที่ยว ซึ่งเทศบาลได้เคยจัดมาหลายครั้ง จัดมาทุกปีก็การตอบรับของนักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงานต่างๆ ค่อนข้างดีคะ เช่น เราเคยจัดการประกวดแกงคั่วลับประดหอยแมลงภู่ แล้วก็มีการประกวดตำน้ำพริกกะปิ ฝรั่งเศสหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาให้ความสนใจเรื่องของอาหารกันเป็นอย่างดีเลยนะคะ ซึ่งดิฉันมองว่าการที่จะครีเอทกิจกรรมต่างๆ ออกมา เป็นเรื่องการดึงเสน่ห์ของเราที่มีอยู่ เอามาใช้ให้แตกต่างจากจังหวัดอื่น”

● มองเห็นปัญหา ข้อยกจำกัด และแนวทางแก้ปัญหา

การจัดระดมความคิดเห็นด้วยวิธีการประชุมกลุ่มครั้งนี้ นอกจากวัดความเข้าใจและสร้างแรงบันดาลใจแล้ว การได้ตัวแทนชุมชนและหน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมแลกเปลี่ยน ทำให้ทุกฝ่ายมองเห็นแนวทางการพัฒนาร่วมกัน รวมทั้งมองเห็นปัญหาและอุปสรรครอบด้านมากขึ้น อีกทั้งหลายคนได้เสนอแนวทางแก้ปัญหาที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปได้

○ ความเข้าใจและการให้คุณค่าทรัพยากรชุมชน

ธัญญา พนากิจสุวรรณ ผู้ประกอบการโรงแรม A Day Inn Ranong ถนนเรืองราษฎร์ จังหวัดระนอง ได้แบ่งปันประสบการณ์ตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจที่พัก การหาแรงบันดาลใจสำหรับออกแบบโรงแรม ซึ่งในระหว่างการทำสำรวจก็ได้พบข้อสังเกตเกี่ยวกับคนในชุมชน ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบการแก้ปัญหาได้ “อีกเรื่องหนึ่งที่สำคัญมาก คงต้องเป็นความเข้าใจของคนในชุมชน หลายครั้งคือว่าเรากับว่าเราไม่เหมือนกัน ชัดมากเลยตอนที่มาทำอะไรอันใหม่ๆ เราอยากถอดแบบบ้านชิน ด้วยความที่เราไม่มีความรู้เราก็เลย ไปผูกมิตรกับข้างบ้าน คาดหวังว่าข้างบ้านจะมีโครงสร้างที่คล้ายคลึงกัน พอเริ่มคุยกันก็ขอพี่เขาเข้าไปดูบ้าน ก็จะได้ยินประโยคเดิมๆ “โอ จะมาทำอะไรบ้านเก่าๆ ทำทำไมไปดูแบบตึกใหม่ๆ สวยๆ” คือมันคือความเข้าใจของคนในชุมชนที่เขาโตมาแบบนี้ อยู่แบบนี้จนเคยชินว่ามันก็เดิมๆ ทำยังไงก็ทำให้เขาเข้าใจแล้วก็เห็นคุณค่าของสิ่งที่เขามี รักแล้วถ่ายทอดสิ่งที่เขามีภูมิใจให้คนอื่นได้เห็น ...อย่างร้านเกศกรรมที่อยู่ตรงข้ามโรงแรม เข้าไปดูก็ค้นพบว่าแบบบ้านคุณลุงสวยมาก โดย

ที่คุณลุงไม่รู้ตัวว่าบ้านตัวเองสวย แล้วเหมือนเขาอยู่ในบ้านที่ไม่ได้มีการรีอะไร เป็นชินที่สมบูรณ์มาก แต่ว่าคือในความเคยชินของเขา ไม่ได้มีอะไร แต่พอเราพาคนเข้าไป ความคิดเห็นของเราที่ตื้นตันกับบ้านเขา ทำให้คุณป้าที่เป็นแฟนคุณลุงเขาก็จะตื่นตื้น มันว้าวเธอ มันสวยเธอ หรือตื้นนี้มันหาดูไม่ได้แล้วเธอ คือถ้าเขาได้สัมผัสเรื่องพวกนี้ เขาจะรู้สึกว่าคุณลุงเขามีคุณค่า”

○ ความร่วมมือในชุมชน

ปัญหาเรื่องความร่วมมือในชุมชนเป็นหนึ่งในปัญหาสำคัญที่หลายคนกล่าวถึง เช่น อาจารย์สมชาย ทิพย์ประเสริฐสุข ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคโนโลยีประจวบฯ เมื่อได้ชมสื่อเรียนรู้เรื่อง “Trawell Thailand” ที่นำเสนอวิธีการทำงานร่วมกับชุมชน โดยเฉพาะการทำงานกับความขัดแย้งภายในชุมชน ก็ได้แนวความคิดเสนอแนะการแก้ปัญหาเรื่องความร่วมมือในชุมชนสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในประจวบฯ “เมื่อสักครูในคลิป มีอยู่ตอนหนึ่งที่บอกว่าจังหวัดที่จะทำให้คน 2 คนหรือบ้าน 2 บ้าน ให้มาคิดเหมือนกัน ทำเหมือนกันไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ถ้าเกิดสามารถทำให้แต่ละชุมชน แต่ละคน แต่ละบ้านได้มีส่วนร่วมได้เห็นประโยชน์ของตัวเอง เข้าไปร่วมแล้วจะเกิดประโยชน์อะไรบ้างกับตัวเองกับชุมชน ผมว่ามันจะเกิดความร่วมมือได้ง่ายกว่า เพราะเท่าที่เคยไปสัมผัสงานของชุมชนมาหลายครั้งพอสมควร สิ่งที่ได้จากการศึกษาก็คือ ชาวบ้านและชุมชนไม่เข้าใจแล้วก็จะเกิดการขัดแย้งขัดขวางกัน ในการดำเนินงานก็ยังไม่ราบรื่น ผมว่ามันหลายภาคส่วนต้องร่วมมือกัน ทำคนเดียวคนเดียวไม่ได้ เพราะวัฒนธรรมเองก็ไม่มีสิทธิ์ที่จะมากำหนดนโยบายที่ทำเรื่องนี้โดยเฉพาะ จะมาตั้งงบประมาณให้เรื่องนี้โดยเฉพาะก็ไม่ได้ ทางชุมชนก็บอกขาดงบประมาณ ทางส่วนราชการเวลาทำงานงบประมาณโครงการก็ไม่สามารถที่จะระบุเจาะจงลงไปอย่างนี้ได้ มันก็เลยหาจุดร่วมยาก ...แต่ถ้ามีเวทีหรือถ้าเป็นไปได้ ในส่วนของทีมวิจัยหรือมหาวิทยาลัย ถ้าสามารถมาจัดเวทีความคิดของชุมชน ของหน่วยงานต่างๆ เข้ามาระดมความคิดกัน ผมว่าก็ต้องมีคนกลางมาดำเนินการ เพราะถ้าให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเริ่มสตาร์ท จะให้ชุมชนสตาร์ทไปชวนหน่วยงานราชการมาก็เป็นไปได้ ให้หน่วยงานราชการสตาร์ทก็ติดขัดก็ติดระเบียบราชการอะไรต่างๆ ผมหวังไว้อย่างยิ่งว่าโครงการนี้ Trawell Thailand ผมสันนิษฐานว่าทีมงานชุดนี้น่าจะเดินสายหาข้อมูลในแต่ละพื้นที่ สมมุติว่าจะมาที่ประจวบฯ เจาะลงไปเลยว่ามาจัดทำที่จังหวัดประจวบฯ เพื่อจะระดมความคิดเห็นของชาวบ้าน ถ้าจะเอาที่ประจวบฯ เชิญแต่ละชุมชนแต่ละพื้นที่ แล้วมาร่วมวิเคราะห์ร่วมดำเนินการด้วยกัน ผมว่าจะเกิดประโยชน์ แล้วก็จะเป็นจุดเริ่มต้น และผมเชื่อว่าจะมีผู้นำหรือผู้ที่อยู่ในชุมชน พร้อมที่จะทำ พร้อมที่จะเดินต่อ”

ขณะที่อาจารย์ธงชัย สุทธิสม ที่ปรึกษาวัฒนธรรมจังหวัดประจวบฯ เมื่อได้ตกตะกอนความคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้เมื่อคนในชุมชนทำงานร่วมมือกัน ก็ได้เสนอแนะการเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงาน ให้ช่วยกันทำงานผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “ได้ดูคลิปเมื่อสักครู่ นะครับ เกิดไอเดียขึ้นมาเยอะเลยนะครับ เห็นกระบวนการด้วย ที่นี้ผมดูแล้วคิดว่าเรื่องนี้ น่าจะโฟกัสไปที่วิทยาลัยของ ผอ.สมชาย ผมก็ได้คุยกับท่านอยู่ตลอด เห็นผลงานกิจกรรมที่เก่าทำ แอบดูคลิปเวลาท่านให้นักศึกษาทำแล้วก็ลงไปในเฟซบุ๊ก ผมก็ดูตลอด ที่นี้เราก็ได้แนวคิด คือเด็กเขาไปทำ อย่างน้อยเราไปต่อยอดก็จะคุยกับ ผอ.สมชายว่าถ้าไปต่อยอดและไปสร้างความเข้มแข็ง ให้มันเป็นเรื่องของความจริงในโลกจริงเรื่องอาชีพ เด็กก็จะได้ประสบการณ์จากการฝึกฝนครับ ก็พยายามสร้างให้เขาเป็นอาชีพ ที่นี้ในการปลูกฝังในเรื่องของความยั่งยืน ผมจะชวน ผอ.สมชาย มาเป็นเครือข่ายของวัฒนธรรม เดี่ยวจะจดแจ้งเอาแบบฟอร์มมาให้แล้วนะ ให้จดแจ้งเป็นเครือข่ายทางวัฒนธรรม แล้วก็จะสร้างทีมงาน สร้างกรุปของเด็กๆที่นี่ จะเป็นกรุปของเด็กที่ดี ของครูที่ดี เอาไปนำร่องก่อน ผลพลอยได้ก็คือเด็กก็จะได้ตรงนี้ด้วย”

○ การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ

นอกจากปัญหาเรื่องความร่วมมือในชุมชนที่เป็นปัญหาของทุกชุมชนแล้ว อาจารย์ปานดี คงสมบัติ หัวหน้างานฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว วิทยาลัยชุมชนระนอง ก็นำเสนอประสบการณ์การทำงานสะท้อนให้เห็นปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายภาครัฐ “เดิมจังหวัดระนองเราเป็นจังหวัดที่ไม่มีไกด์ที่ถูกต้องตามกฎหมายเลย ในเริ่มแรกเราเริ่มกับ อบจ. เป็นรุ่นแรก พอรุ่นถัดมาเราก็ได้งบจังหวัดช่วยเหลือมาตลอด ...เรามีบัตรภูมิภาคแต่สิ่งที่น่าเสียใจมากที่สุดคือจังหวัดระนองไม่มีบัตรมัคคุเทศก์แบบของพื้นที่เลย ไม่มีแบบพื้นที่ชุมชนเลย เพราะว่าจังหวัดระนองไม่เคยประกาศเขตพื้นที่ชุมชนเลย อันนี้ขอฝากไว้เนิ่นๆว่าระนองเราขาดอยู่นิดเดียวค่ะ เราจะได้จะเค้นได้ ให้หน่วยงานลงมาช่วยเหลือ เราต้องประกาศเขตเป็นพื้นที่ชุมชน เมื่อประกาศเขตเมื่อไหร่ เราจะมีบัตรของท่องเที่ยวชุมชนได้ ตอนนี้เราไม่มีบัตรท่องเที่ยวชุมชน”

○ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

นอกจากปัญหาเรื่องความร่วมมือแล้ว พรกุลรัตน์ มีโชคเจริญสกุล ผู้อำนวยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองจังหวัดประจวบฯ เมื่อได้ชมสื่อเรียนรู้ทั้ง 3 เรื่องแล้ว ได้สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านทักษะการ

สื่อสาร พร้อมทั้งเสนอแนะกิจกรรมที่จะนำมาใช้แก้ปัญหา “ในส่วนของการที่ได้ดูคลิปเมื่อสักครู่นะคะ เราก็เกิดไอเดีย นะคะ นั่นก็คือทางเทศบาล เราจะไปจัดกิจกรรม 1) กิจกรรมเรื่องเสวนาภาคส่วนต่างๆ ที่จะเข้าไปร่วมกันระดม สมอง อาจเกิดไอเดียใหม่ๆ เกิดขึ้น ว่าเราจะวิเคราะห์ปัญหาของเรา แล้วนำไอเดียที่ได้มาปรับให้เป็นภาพที่เรา อยากเห็นในอนาคต 2) การประกวดทำคลิป เยาวชนในพื้นที่ของเราน่าจะมีศักยภาพในการทำคลิปสั้นๆ เผยแพร่ การท่องเที่ยวในสไตล์ของเขา ยังต้องไปดูในรายละเอียดอีกทีหนึ่ง ซึ่งตรงนี้เราก็ได้ไอเดียจากที่เราฟังคะ จะนำไปต่อยอดได้ทันทีเลย อาจจะใช้งบประมาณไม่มากเท่าไร 3) การผลิตสื่อสั้นๆ ซึ่งตรงนี้เราไม่มีความเชี่ยวชาญเลย ถ้าทางมหาวิทยาลัยมีบุคลากรเราอยากให้มาแชร์ความรู้ให้กับเด็กๆ หรือเยาวชนเรา ซึ่งเป็นความรู้ในแบบที่เขาไม่ได้ รับในห้องเรียน ถ้าทางพี่ๆ ได้มาสอนน้องหรือแบ่งปันให้จะเป็นประโยชน์ให้กับเยาวชนของเรา ในฐานะที่เป็นตัว สื่อสารภาคประชาชน แล้วสิ่งที่ได้ก็คือท้องถิ่น หรือว่าประชาชนในพื้นที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์ ตรงนี้โดย ทางอ้อมคะ”

สุนันทา ลืมตั้ง ผู้ประกอบการโรงแรมบ้านชีโน ถนนเรืองราษฎร์ จังหวัดระนอง ก็ได้เสนอแนะเรื่องการพัฒนาด้านการสื่อสาร ทั้งการประชาสัมพันธ์เส้นทางที่นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จัก รวมถึงการสื่อสารเพื่อลดอคติทาง ชาติพันธุ์โดยเฉพาะอคติที่มีต่อคนพม่าซึ่งอยู่ร่วมกับคนระนองมาตลอด “ด้วยโรงแรมตั้งอยู่บนถนนเรืองราษฎร์ ก็ เป็นถนนดั้งเดิม มีวัฒนธรรมตั้งแต่สมัยเริ่มต้นของเมืองระนอง ส่วนใหญ่เริ่มต้นมาจากถนนเรืองราษฎร์ ด้วยที่ว่าเป็น ตระกูลเก่าแล้วก็มีบ้านโบราณอยู่ก่อนแล้ว แล้วก็มีที่ดินอยู่ที่เรืองราษฎร์ ก็เลยมีความคิดจะมาทำโรงแรมเพื่อจะให้ เกิด อยากให้เกิดการท่องเที่ยว การมาเห็นวาระของตรงส่วนที่เป็นตลาดตรงโรงแรม อยากให้นักท่องเที่ยวมารู้จัก ก็เลยสร้างด้วยสไตล์ชิโนร่วมสมัยขึ้นมา โดยที่อยู่มาก็พยายามแนะนำนักท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชน ช่างหน้า ซึ่งมีศาลเจ้า มีตลาด มีชุมชนของพม่าที่ปัจจุบันมาจากจีน เป็นพม่า เราก็ต้องอยู่ร่วมกัน อยากให้เขามา เห็นถึงเสน่ห์นี้ แล้วก็มิตรสองแถว มีอะไรหลายอย่างตรงโซนนั้น ตั้งแต่เปิดโรงแรมมา ฝรั่งเขาก็สนใจชอบตรงนั้น เยอะ ช่วงหน้าไฮท์ก็จะมีฝรั่งมาพักแล้วก็ไป แบบสั้นๆ เพื่อจะไปที่เกาะพยาม ด้วยประสบการณ์เวลานักท่องเที่ยว มา ก็จะพยายามบอกนักท่องเที่ยวว่าอย่างน้อย 1 วัน คุณควรต้องเที่ยวในเมืองระนองบ้าง เพื่อได้รู้จักเมืองระนอง ได้รู้จักความเป็นโลคอลของระนอง คือเราทำโรงแรมระนอง การกระจายการสื่อสารอะไรก็คิดว่ายังไม่ประสบ ความสำเร็จเท่าไร ยังไม่ได้รับความสนใจเท่าไร ก็อยากจะขอว่าถ้ามีอะไร เหมือนควรจะมีสื่ออะไรที่จะให้ นักท่องเที่ยว คือบางคนมาก็จะรู้สึกว่าพม่าอาจจะดูน่ากลัวอะไรอย่างนี้ แต่เหมือนกับว่าถ้าเรามีการบอกอะไรสัก นิดหนึ่ง มันก็จะพลิกไปเลยว่า ตรงนี้มันน่าสนใจ มันมีเสน่ห์ เหมือนสมัยใหม่เอาบล็อกเกอร์มารีวิวอะไรอย่างนี้นะคะ คนจะมีความรู้สึกที่เปลี่ยนแปลงไปนะคะ หลายคนที่ว่าแนะนำเด็กรุ่นใหม่ๆ ที่มาเที่ยวก็ชอบแบบสะพานเป้ ที่เป็น

นักศึกษา เขาก็จะเที่ยวเรื่อยๆ แบบขึ้นรถสองแถว วันนี้สายนี้ วันนี้สายนี้ เขาก็บอกว่าคนระนองมีเสน่ห์ ใจดี คือนุ่มอะไรอย่างนี้ คือเขาก็จะชอบ ไปทางไหนก็จะไม่น่ากลัว แต่ว่าในทางโรงแรม ด้วยศักยภาพก็ไม่สามารถทำให้ระนองมันเจริญ ก็จะพยายาม เลื่อยยากให้ทางอาจารย์ ถ้ามีโอกาสก็คือช่วยส่งเสริมด้านตรงนี้ เพราะตรงนั้นจะมีที่เที่ยวยะยะคะ จะแนะนำลูกค้าตลอด”

ผลสำรวจจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษาจังหวัดประจวบฯ และระนอง เกี่ยวกับสื่อเรียนรู้ทั้ง 3 เรื่อง สรุปประเด็นได้ดังนี้

- เข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น
- เกิดแรงบันดาลใจ เห็นโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยว โดยสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาในสื่อเรียนรู้กับบริบทของตนได้ พร้อมทั้งสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวได้
- เพิ่มความเชื่อมั่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว
- มองเห็นปัญหา ข้อยกจำกัด และแนวทางแก้ปัญหา
 - ความเข้าใจและการให้คุณค่าทรัพยากรชุมชน
 - ความร่วมมือในชุมชน
 - การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ
 - การสื่อสารการท่องเที่ยว

4.2.3 ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่อคลิปสื่อเรียนรู้บน Digital Platform

คณะวิจัยต้องการความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อเรียนรู้เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนา Digital Platform นอกจากการจัดประชุมสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษาแล้ว คณะวิจัยได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้สำรวจความคิดเห็นจำนวน 9 คน (เก็บข้อมูล 18-27 มีนาคม 2564) พบว่าหลังจากได้ชมสื่อเรียนรู้แล้ว นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจต่อแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น ทั้งนี้ มีมุมมองที่เข้าใจแตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่เข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เปิดรับประสบการณ์ใหม่และได้แลกเปลี่ยนความรู้กับชุมชน นักท่องเที่ยว 1 ชาย อายุ 30 ปี มองว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ “เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปิดประสบการณ์ให้ตัวเอง ในแง่ชุมชนก็ได้รับอะไรจากนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวจึงเป็นพื้นที่ที่ทั้งสองฝ่ายต้องได้รับอะไรที่ไม่ใช่แค่เงิน”

นักท่องเที่ยว 2 หญิง อายุ 31 ปี ให้ความเห็นว่า “เป็นการออกไปเจออะไรใหม่ๆ การท่องเที่ยวแบบนี้มีความสร้างสรรค์อยู่ในตัวอยู่แล้วเพราะเราไม่เคยเจอในชีวิตประจำวัน นักท่องเที่ยวอยากเจออะไรใหม่ๆ และก็ได้รับความรู้ใหม่ด้วย”

ทั้งนี้ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ การท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน เช่น นักท่องเที่ยว 3 ชาย อายุ 24 ปี ให้ความเห็นว่า “การท่องเที่ยวแบบนี้คือได้เก็บข้อมูลจากชาวบ้านและการเป็นการพัฒนาชุมชนด้วย” นักท่องเที่ยว 5 ชาย อายุ 36 ปี ให้ความเห็นว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการช่วยโปรโมทชุมชน”

ในมุมมองด้านการท่องเที่ยวหรือการได้รับแรงบันดาลใจ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าตัวสื่อสามารถเปิดมุมมองที่แปลกใหม่ในด้านการท่องเที่ยวได้ เช่น นักท่องเที่ยว 6 ชาย อายุ 25 ปี ให้ความเห็นว่า “ไม่เคยรู้ว่ามีเที่ยวสไตล์นี้อยู่ ไม่เคยเห็น อยากเที่ยวแบบมีสาระมากขึ้น อาจจะทำกิจกรรมแบบนี้บ้าง”

สำหรับนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งแม้จะชอบท่องเที่ยวชุมชนอยู่แล้วก็พบเห็นแง่มุมใหม่ๆ ที่ตนไม่เคยมอง เช่น นักท่องเที่ยว 7 หญิง อายุ 25 ปี กล่าวว่า “เราไปเที่ยวก็มองทะเลใสแต่เพิ่งรู้ว่าสำหรับอีกวงจรมันมีธรรมชาติที่สวยงาม ได้รู้ว่าบางคนมองแบบนี้ เปิดโลกมากขึ้น” หรือ นักท่องเที่ยว 8 หญิง อายุ 31 ปี กล่าวว่า “เราอินกับการเที่ยวชุมชนอยู่แล้ว แต่อย่างเรื่องการฟังก็ไม่เคยคิด เรามองข้ามมัน เป็นสิ่งที่ทำให้อยากรู้อยากเที่ยวมากขึ้น”

แต่ขณะเดียวกันก็พบนักท่องเที่ยวที่มีความเห็นว่าตนไม่ได้รับมุมมองใหม่ในการท่องเที่ยวหลังจากชมสื่อเนื่องจากชื่นชอบและเคยชินกับการท่องเที่ยวชุมชนอยู่แล้ว เช่น นักท่องเที่ยว 9 ชาย อายุ 38 ปี ให้ข้อสังเกตว่า “ไม่ค่อยเท่าไรเพราะชอบเที่ยวแบบนี้อยู่แล้ว แต่มันแปลกเพราะมันหายากคนเที่ยวน้อย” เป็นต้น

ทั้งนี้ เมื่อสอบถามถึงความสนใจในการทดลองท่องเที่ยวตามตัวอย่างในสื่อ ทั้งนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวชุมชนเป็นทุนเดิมอยู่แล้วและนักท่องเที่ยวที่ไม่เจาะจงรูปแบบ พบว่าส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์สอดคล้องกันว่าพร้อมจะทดลองท่องเที่ยวและชอบการท่องเที่ยวอย่างที่สื่อนำเสนอ โดยนักท่องเที่ยว 2 ซึ่งชื่นชอบการท่องเที่ยวในต่างประเทศ กล่าวว่า “ชอบเที่ยว local อยู่แล้วไม่ว่าจะต่างประเทศหรืออะไร มันจะมีสิ่งที่เราไม่รู้ เช่น อาหารของกิน ไม่เคยเห็นไม่เคยรู้ แต่ชอบที่มันพื้นถิ่นจริงๆ” หรือนักท่องเที่ยว 5 ซึ่งชื่นชอบการท่องเที่ยววัดและเดินทางสายบุญ ให้ความเห็นว่า “ก็ชอบ มีประโยชน์ดีอยากลองดู”

ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยว 4 ชาย อายุ 37 ปี ซึ่งชอบท่องเที่ยวทำบุญเช่นกัน มีความเห็นว่า “ไม่ชอบแนวนี้ อาจจะลองได้แต่ไม่ใช่แนว” รวมถึงนักท่องเที่ยว 1 ให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพียงเล็กน้อย ก็ได้ให้ความเห็นว่า “ด้วยความไม่ชอบมีปฏิสัมพันธ์กับคนเลยอยากเที่ยวแบบสงบมากกว่า แต่ถ้ามีเป้าหมายว่าต้องไปก็อาจจะลองดู” แต่ทั้งนี้ก็เป็นเพียง 2 ความเห็นที่มีท่าทีปฏิเสธอยู่บ้าง

อย่างไรก็ตามเมื่อสอบถามถึงความกังวลในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนพบว่าส่วนใหญ่ข้อกังวลบางประการ เช่น ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกสบาย ด้านความคาดหวัง เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยว 9 กล่าวว่า “เป็นห่วงเรื่องความปลอดภัย และมันจะไม่เป็นอย่างที่เราคิดหรือเปล่า เป็นธุรกิจเกินไปหรือเปล่า ถ้า Fake ก็จะมีผิดหวัง แต่ไม่ได้กลัวเรื่องความลำบาก” นักท่องเที่ยว 6 กล่าวว่า “เป็นความคาดหวังไม่รู้จะเจออะไร” ส่วนนักท่องเที่ยว 8 กล่าวว่า “กลัวลำบากนิดนึง”

ความกังวลใจข้างต้น สรุปได้ว่าเกิดจากการได้รับข้อมูลไม่เพียงพอ หรือมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์น้อยเกินไปจึงทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่สามารถเข้าใจลักษณะหรือรูปแบบของพื้นที่ท่องเที่ยวที่จะพบเจอได้ เป็นเหตุให้ไม่สามารถวางแผนการท่องเที่ยวและวางแผนในการไปท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ได้ ผู้ให้สัมภาษณ์มักให้ข้อมูลใกล้เคียงกันว่าไม่รู้ว่าหาข้อมูลที่ไหน เช่น นักท่องเที่ยว 4 กล่าวว่า “มันไม่ชัดเจน ไม่มีตัวดึงดูด เราแค่รู้แนวทางแต่เราไม่รู้ว่าอันไหนคือตัวดึงดูดให้เราไปเที่ยวแบบนั้น”

ขณะที่นักท่องเที่ยว 9 กล่าวว่า “ถ้าเป็นวิถีชุมชนจริงๆ เชื่อว่ามีอยู่แล้ว เราแค่หาไม่เจอไม่รู้จะไปดูที่ไหน” จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ทั้งที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่าต้องการให้มีกิจกรรมทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น เนื่องจากเป็นผลดีต่อชุมชน แต่ก็มีกังวลว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปหรือนักท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ เช่น นักท่องเที่ยว 2 กล่าวว่า “มองในแง่ชุมชนก็อยากให้เกิด แต่ในแง่นักท่องเที่ยวก็ไม่อยากให้เกิดเยอะเพราะนักท่องเที่ยวมันเป็นตัวทำลาย” หรือ นักท่องเที่ยว 7 กล่าวว่า “การท่องเที่ยวคือการส่งเสริมคนในชุมชนนั้นจริงๆ เขาก็ได้รายได้ แต่ความเป็นอยู่เขาก็จะไม่เป็นธรรมชาติแบบเดิม คนไปเยอะก็พักผ่อนไม่ได้เพราะคนเยอะ คนไปแนวนี้อยู่แล้วจะไม่โอเค” เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยว 6 กล่าวว่า “คนนอกก็เข้าไปพัฒนาพื้นที่ให้ดีขึ้น ถ้ายังคงความธรรมชาติได้ดี ปรับได้ ปีหนึ่งจำกัดจำนวนครั้ง จำกัดนักท่องเที่ยว มันต้องมีการจัดการ”

อาจจะกล่าวได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความสนใจในการท่องเที่ยวชุมชนเป็นทุนเดิม แต่อาจจะยังไม่มี ullaความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากนัก พบว่าการรับชมสื่อเรียนรู้สามารถเสริมสร้างความเข้าใจได้ มากขึ้น อย่างไรก็ตามก็อาจต้องมีการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อต่างๆ มากกว่านี้

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ดังกล่าวจึงได้ข้อเสนอแนะในด้านมุมมองการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการ ullaชมสื่อเรียนรู้ ได้แก่

- ควรสร้างความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้นเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่ มีความสนใจให้มีความเข้าใจมากขึ้นและสามารถเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องไป ullaกับวิถีชุมชนได้
- ควรมีพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ullaมากขึ้น เพื่อลดความกังวลอันเกิดจากความไม่รู้ของนักท่องเที่ยวและช่วยให้ทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มาพบกันเพื่อสร้างและพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

สำหรับคำแนะนำเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเมื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอคลิปสื่อ ullaเรียนรู้ทั้ง 3 เรื่อง เนื่องจากคลิปสื่อเรียนรู้ทั้ง 3 ถูกผลิตขึ้นเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ได้แก่ กลุ่มผู้สนใจการ ullaพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้เกี่ยวข้องด้านการจัดการการท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการ ให้ได้เรียนรู้ ullaเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวบางส่วน ซึ่งรับชมโดยวางอยู่บนความต้องการท่องเที่ยว ullaเป็นหลัก มองว่ารูปแบบการนำเสนอของสื่อเรียนรู้ทั้ง 3 อาจจะมีบางคุณลักษณะที่ลดความดึงดูดใจสำหรับ ullaนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ถึงแม้ว่ามีเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น นักท่องเที่ยว 7 กล่าวว่า “ชอบคนที่มาพูด แต่จริงๆ ถ้าไม่ต้อง ullaดูจนจบจะกดข้าม ถ้าอยากให้คนสนใจต้องกระชับกว่านี้” หรือ นักท่องเที่ยว 8 ให้สัมภาษณ์ว่า “เล่าเรื่องดี แต่ดู ullaแล้วไม่ได้รู้สึกอยากเที่ยว คลิปทำออกมาเหมือนคลิปเที่ยวทั่วไป” เป็นต้น

สำหรับข้อเสนอแนะด้านเนื้อหาหากต้องการปรับเพื่อให้ตรงกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้น นักท่องเที่ยว ullaบางส่วนต้องการให้สื่อนำเสนอข้อมูลหรือให้เห็นตัวอย่างจากสถานที่ท่องเที่ยวจริงของชุมชน รวมทั้งมุมมองจาก ullaชุมชนผู้ประกอบการ โดยนักท่องเที่ยว 1 ให้ความเห็นว่า “เป็นสื่อที่อธิบายได้ดี แต่ไม่ค่อยได้ฟังเสียงคนในชุมชน ullaอยากฟังคนในชุมชนว่าเขาคิดยังไง” นักท่องเที่ยว 2 เสนอว่า “อยากให้เพิ่มตัวอย่างที่มองเห็นแล้วชัด อย่างเพลง ullaประกาศยอมมันเป็นอย่างไรรออยากได้ยินบ้าง” หรือนักท่องเที่ยว 4 เสนอว่า “มันไม่เห็นผลลัพธ์ มันจะช่วยสังคมยังไง

มันจะเกิดอะไรขึ้น” และ “อยากให้ชัดเจนว่านักท่องเที่ยวแล้วจะไปที่ไหน ผลลัพธ์คือที่ไหน เราจะได้อะไรจากมัน” เป็นต้น

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ดังกล่าวจึงได้ข้อเสนอแนะด้านรูปแบบการนำเสนอสื่อเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

- หากต้องการดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ตัวสื่อต้องลดความยาวลง และกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยวให้ได้มากกว่านี้
- ควรผลิตสื่อที่นำเสนอเนื้อหาจากพื้นที่จริงและเห็นมุมมองจากชุมชนมากขึ้น

4.4 ผลการสำรวจความคิดเห็นนักวิจัยต่อคลิปสื่อเรียนรู้บน Digital Platform

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิจัยจำนวน 4 คน (เก็บข้อมูล 29 มีนาคม 2564) เกี่ยวกับคลิปสื่อเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่านักวิจัยที่ทำงานในเชิงพื้นที่และนักวิจัยในโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โครงการย่อย 2.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านการเชื่อมความสัมพันธ์ของผู้คนระหว่างไทย-เมียนมา ส่วนใหญ่มองว่าสื่อเรียนรู้ที่ผลิตขึ้นมานั้นมีประโยชน์ในแง่การสร้างแรงบันดาลใจให้ชุมชน สามารถรอบความคิดและปูพื้นฐานเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งสื่อเรียนรู้ยังสามารถเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัยในแง่กระบวนการเข้าหาชุมชน โดยนิธิต ธรรมแสงอดิภา นักวิจัย ให้ความเห็นว่า “ในมุมมองของนักวิจัยเป็นประโยชน์ครับ คลิปแรกที่เป็นห้องเรียนสุดขอบฟ้า ให้ไอเดียเป็น Main Concept ของ Creative Tourism ชัดมาก”

พศกร โยธินิรนาถ นักวิจัย ให้ความเห็นว่า “ควรเปิดให้ดูก่อนลงไปพัฒนา ให้ชุมชนเข้าใจ concept ก่อนเสนอไอเดียเบื้องต้นก่อน เพื่อกำหนดแนวทางได้ชัดเจน”

รวมไปถึงอรพรรณ ปถมเล็ก นักวิจัย ให้ความเห็นว่า เป็นสื่อที่ให้แรงบันดาลใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ “โดยรวมเป็นแรงบันดาลใจได้ ทั้งแกสื่อท้องถิ่นสำหรับผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว และเป็นแรงบันดาลใจแก่ชุมชนที่จะทำการท่องเที่ยวเอง”

ขณะที่ โรสนี แกสมาน นักวิจัย ให้ความเห็นว่า “เป็นเครื่องมือที่เราจะเข้าไปคุยกับชุมชน จะทำให้ชุมชน เห็นคุณค่าของตัวเอง เรารู้ว่าเอาคลิปห้องเรียนสุดขอบฟ้าไปเปิดให้เขาดูได้เลย” และยังพบว่าตัวสื่อสามารถช่วยให้นักวิจัยและชุมชนเห็นภาพและทิศทางของการพัฒนาชุมชนได้มากขึ้นว่าในท้องที่ที่เหมาะสมกับการพัฒนารูปแบบใด

เมื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์ของสื่อเรียนรู้ทั้ง 3 อรรถพรณ ปถมเล็ก มองว่าแต่ละเรื่อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในวาระต่างกัน “คลิป 2 (Trawell Thailand) ให้ชุมชนได้เห็นกระบวนการทำงานการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว Trawell สามารถประยุกต์ใช้ ให้ภาคีทุกภาคได้รู้จักชุมชนตัวเองมากขึ้น ห้องเรียนสุดขอบฟ้า เหมาะกับบ้านหินช้าง (พื้นที่ศึกษาโครงการย่อย 2.1 จังหวัดระนอง) ให้ชุมชนเตรียมพร้อมรับมือนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่การปรับเปลี่ยนชุมชนมากเกินไป”

ส่วนโรสนี แกสมาน ให้ความเห็นเกี่ยวกับ Hear & Found ว่า “ถ้าเอาไปเปิดให้หมู่บ้านที่มีหมอลำดนตรีพื้นถิ่นอยู่แล้ว คิดว่าเขาก็นำไปใช้ได้” และ “Trawell Thailand คิดว่าเหมาะสำหรับคนที่ต้องการขับเคลื่อนพื้นที่ของตัวเองแต่ไม่รู้ Know How ว่าจะต้องเริ่มจากอะไร คิดว่าอันนี้ก็จะเหมาะกับคนอีกกลุ่มหนึ่ง ก็คือพวกเอ็นจีโอหรือคนที่ทำงานอันนี้อยู่แล้ว เพื่อจุดประกายให้เขารู้ว่าควรจะทำอะไร”

รวมถึงนิธิต ธรรมแสงอดิภา ได้กล่าวเช่นกันว่า “คลิปที่ 2 (Trawell Thailand) เหมาะกับการให้นักวิจัยดูว่าคุณจะเข้าไป work กับชุมชน คุณจะเข้าไป Approach ยังไง”

สำหรับความคิดเห็นที่ช่วยชี้ชัดเกี่ยวกับขอบเขตเนื้อหาของสื่อเรียนรู้ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับผู้ผลิต (คณะวิจัย) กล่าวคือ จุดมุ่งหมายของการผลิตคลิปสื่อเรียนรู้ทั้ง 3 ผลิตขึ้นโดยมุ่งหวังให้ผู้ชมได้ปูพื้นฐานความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เกิดแรงบันดาลใจ และเสริมพลังสู่การพัฒนา ไม่ใช่นำเสนอในรูปแบบหลักสูตร การเรียนเต็มรูปแบบ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนักวิจัยได้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องกับแนวทางดังกล่าว เช่น โรสนี แกสมาน ให้ความเห็นว่า “Trawell Thailand พอเป็นตัวอย่าง ยังไม่ได้เห็น Result แต่เห็น Process มีการประชุมมีอะไร แต่ไม่ได้เห็นว่าแล้วสุดท้าย ผลที่เกิดขึ้นในชุมชนคืออะไร” และนิธิต ธรรมแสงอดิภา ได้ให้ความเห็นไว้ว่า “ได้แรงบันดาลใจ ถ้าเกิดอยากให้มาดู How to คิดว่ายังไม่ใช่” และเมื่อถูกถามว่าจะพัฒนาเป็นลักษณะเช่นนั้นได้อย่างไร นิธิตได้เสนอเพิ่มเติมว่า “คิดว่าวิธีเล่าว่าเขาเข้าไป work กับชุมชนยังไงเขาน่าจะยกเคลขึ้นมาเคสนึงที่เป็นเรื่องหลัก ก็เล่าเคสนั้นมาเลย แล้วค่อยไป Mention ในผลผลิตอื่นๆ ว่าแนวทางการดำเนินงานของเขาอย่างที่เขาไปโยงถึงผลผลิตอื่นๆ ด้วยอย่างนี้ คิดว่าถ้าเล่าอย่างนี้ ทำให้คนฟังเห็นกระบวนการที่ชัดเจน”

ขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างนักวิจัยยังมีข้อเสนอให้เพิ่มเติมมุมมองและผลลัพธ์จากชุมชนให้หลากหลายมากขึ้น ถึงแม้ว่าตัวอย่างในคลิปสื่อเรียนรู้ได้นำเสนอจากเจ้าของชุมชนแล้ว เช่น Trawell Thailand ที่เป็นเจ้าของโฮสเทลในชุมชน หรือ ห้องเรียนสุขขอบฟ้า พิภพ พานิชภักดิ์ ได้สะท้อนมุมมองการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนตะกั่วป่า โดยกลุ่มตัวอย่างนักวิจัยบางส่วนต้องการมุมมองจากชุมชนดั้งเดิมมากขึ้น เช่น โรสนี แกสมาน ที่เสนอว่า “เราว่าชาวบ้านเล่าเองมันอิมแพคกว่า อาจไม่ใช่ถอดบทเรียนในเชิงวิชาการ แต่เล่าในเชิงก่อนหลังว่ามันต่างกันยังไง ชีวิตเขาเปลี่ยนยังไงหลังจากทำสิ่งนี้ เราว่ามันอิมแพคกว่าการที่มีนักวิชาการมาบอกว่า เราใช้โมเดลนี้เข้าไปจับนะหนึ่งสองสามสี่ห้า แต่ชาวบ้านมาเล่าเองดีกว่าว่ามันเริ่มมาจากการที่เขาลองทำสิ่งนี้นั่นเอง”

จากข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักวิจัย สรุปความคิดเห็นต่อคลิปสื่อเรียนรู้ ดังนี้

- สามารถใช้คลิปสำหรับกำหนดแนวทางพัฒนาร่วมกับชุมชนได้
- เนื้อหาคลิปเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ศึกษา
- ต้องการเนื้อหาที่นำเสนอมุมมองจากชุมชนดั้งเดิมต่างจังหวัดเพิ่มเติม

4.3 การประชาสัมพันธ์ Digital Platform เพื่อสร้างการรับรู้และมีส่วนร่วม

การให้ความรู้ในโลกดิจิทัล สิ่งสำคัญไม่ใช่เพียงการให้ความรู้ แต่ต้องทำงานร่วมกับการขยายเครือข่ายการเรียนรู้ โครงการวิจัยจึงเลือกเว็บไซต์ www.creativejourneyth.com ซึ่งเป็น Platform ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการนำเสนอและเก็บข้อมูลความรู้ได้อย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นคลังความรู้ที่ยั่งยืน ขณะเดียวกันในด้านการขยายการรับรู้และการมีส่วนร่วมจึงต้องใช้ Platform ที่มีเครือข่ายผู้ใช้จำนวนมาก เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ สำหรับการประชาสัมพันธ์ Digital Platform ซึ่งดำเนินการ 2 วิธี คือ 1. การซื้อพื้นที่โฆษณาบนเฟซบุ๊กสำหรับเพจ “เที่ยวสร้างสรรค์” และ 2. ทำ SEO หรือ Search engine optimization มีรายละเอียด ดังนี้

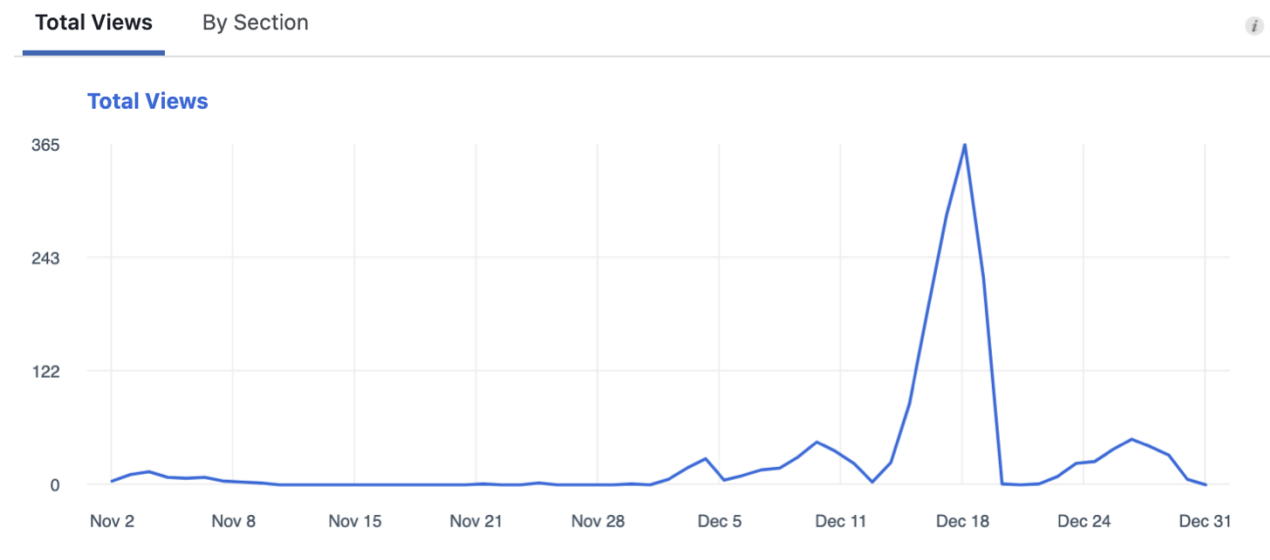
1. การซื้อพื้นที่โฆษณาบนเฟซบุ๊ก รวม 8 ครั้ง
 - 1.1 การโฆษณาแบบ Boost Post 1 ครั้ง
 - 1.2 การโฆษณาแบบ Reach 2 ครั้ง
 - 1.3 การโฆษณาแบบ Engage 3 ครั้ง
 - 1.4 การโฆษณาแบบ Page Like 2 ครั้ง

จากการซื้อพื้นที่โฆษณาพบว่า การโฆษณาแบบ Page Like ทำให้จำนวนคนกดติดตามเพจเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้เพิ่มโอกาสเห็นเนื้อหามากขึ้นจากผู้ติดตาม

Ad Set Name	Results	Result indicator	Reach	Impressions	Ad set budget	Amount spent	CPC	Starts	Ends
2021 11 – สัรวจทะเลใหม่	2,567	Boost post	22,287	2,567	600	598.55	0.23	1/11/2021	8/11/2021

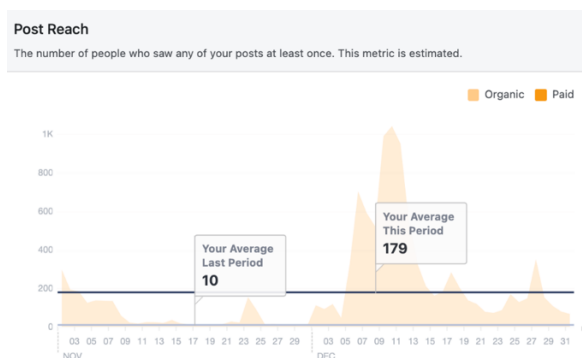
Ad Set Name	Results	Result indicator	Reach	Impressions	Ad set budget	Amount spent	CPC	Starts	Ends
2021 12 - เขาช่อง กระจาก Reach	45,266	reach	45,266	45,266	500.00	410.39	9.07	12/02/2021	12/05/2021
2021 12 - ตาม่องล่า Reach	34,870	reach	34,870	34,870	500.00	409.50	11.74	12/02/2021	12/05/2021
2021 12 - ตาม่องล่า Engage	3,218	post_ engagement	47,042	64,761	500.00	500.00	0.16	12/06/2021	12/12/2021
2021 12 - เขาช่อง กระจาก Engage	6,464	post_ engagement	147,748	192,165	500.00	500.00	0.08	12/06/2021	12/12/2021
2021 12 - กาแฟดริป Engage	2,748	post_ engagement	32,784	47,656	500.00	500.00	0.18	12/23/2021	12/30/2021
New Page likes - 2021 Dec	529	Page Like	31,566	43,312	1,000.00	1,000.00	1.89	12/14/2021	12/19/2021
New Page likes - 2021 Dec - 2	370	Page Like	21,909	32,430	1,000.00	1,000.00	2.70	12/23/2021	12/30/2021
TOTAL			n/a	460,460	4,500.00	4,319.89			

การโฆษณาทั้งหมดที่เกิดขึ้นในช่วงวันที่ 2-12 ธันวาคม 2564 และ 14-30 ธันวาคม 2564 พบว่ามีการเข้าชมหน้าเพจมากขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายนปีเดียวกัน

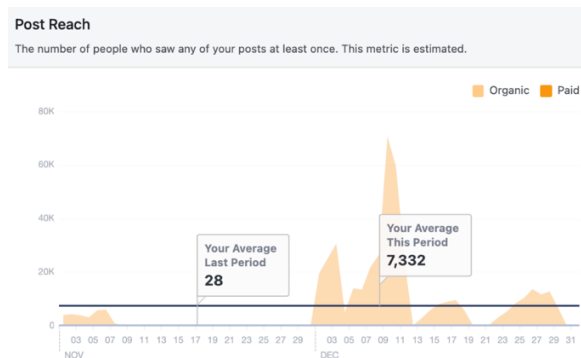


การเข้าถึงโพสต์แบบ Organic เพิ่มขึ้นในช่วงที่มีการซื้อโฆษณา

แบบ Organic



แบบซื้อพื้นที่โฆษณา



ตารางแสดงจำนวนคนกดติดตามเพจ “เที่ยวสร้างสรรค์” เพิ่มมากขึ้นจากการซื้อพื้นที่โฆษณาแบบ Page Like บนเฟซบุ๊ก

Total Page Likes: 1,084



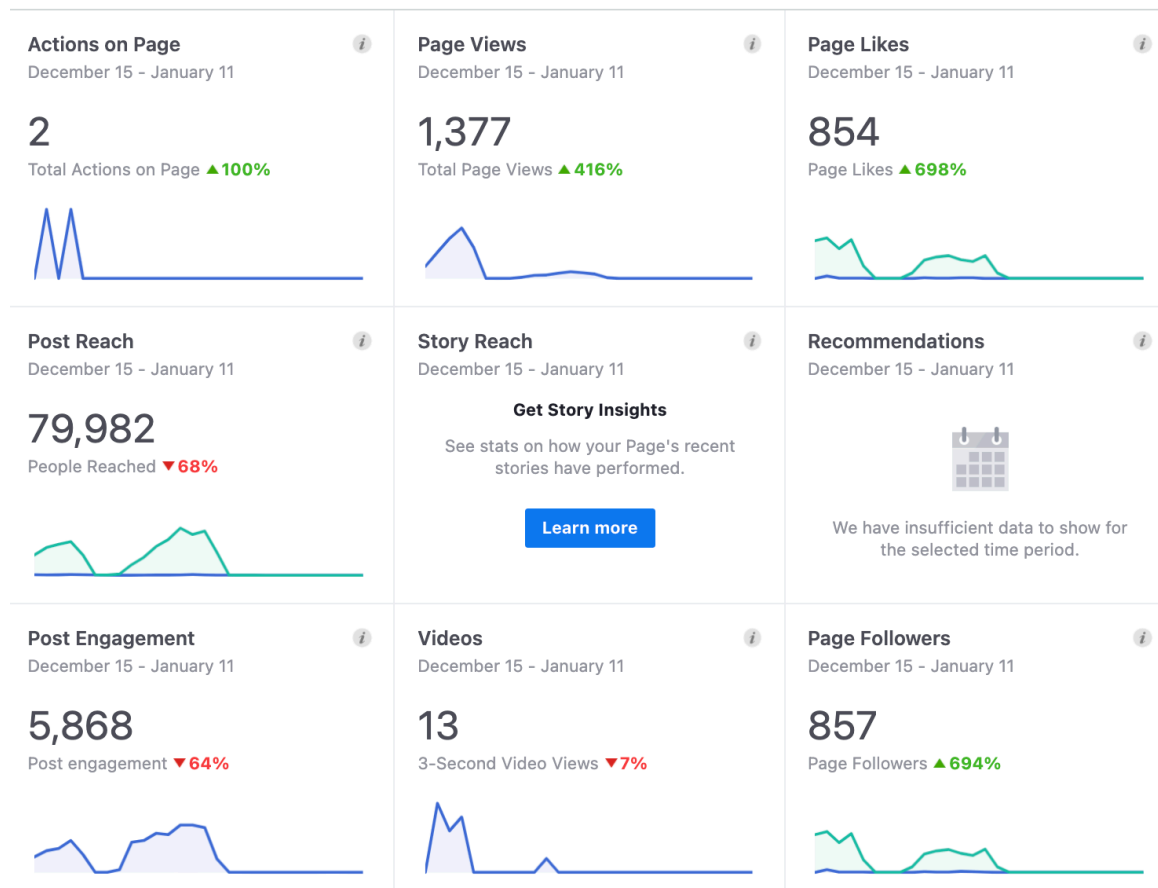
สรุปจำนวนโพสต์เฟซบุ๊กตั้งแต่ปี 2563-2564 จำนวนทั้งสิ้น 43 โพสต์

- การมีส่วนร่วม (Engagement) รายบุคคล ของแต่ละโพสต์ ทุกโพสต์รวม 17,770 คน (นับซ้ำกรณี 1 คนมีส่วนร่วมหลายโพสต์)
- การเข้าถึง (Reach) รายบุคคล ของแต่ละโพสต์ ทุกโพสต์รวม 330,608 คน (นับซ้ำกรณี 1 คนมีส่วนร่วมหลายโพสต์)
- การแสดงผล (Impression) ของแต่ละโพสต์ ทุกโพสต์รวมทั้งหมด 431,815 ครั้ง

Results from Dec 15, 2021 - Jan 11, 2022

Note: Does not include today's data. Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

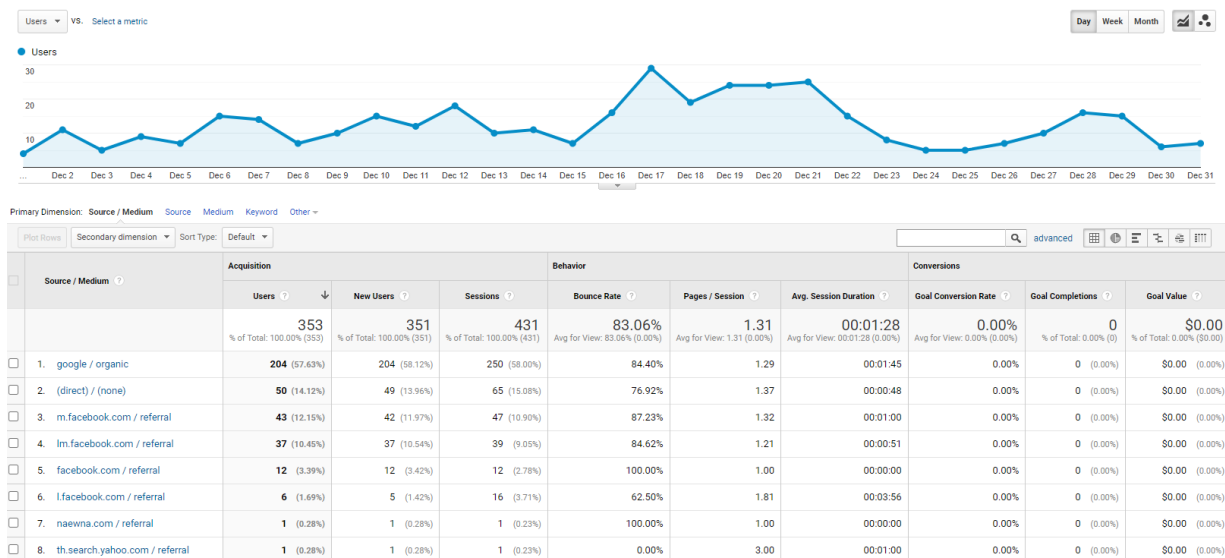
Organic Paid



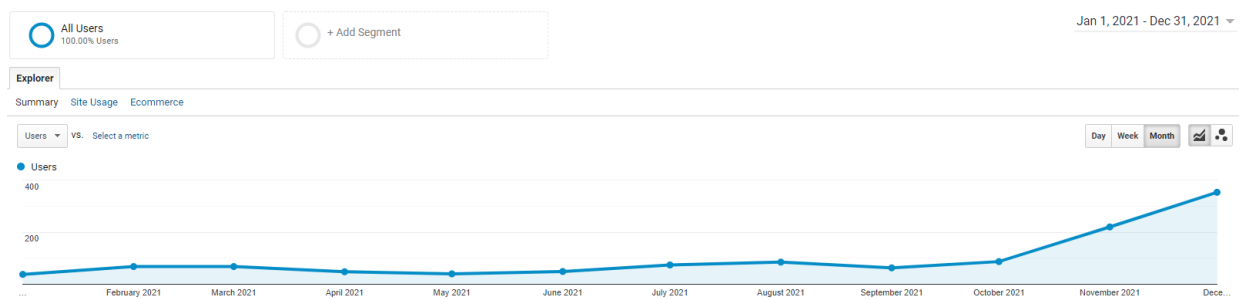
จากสถิติข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ในการแสดงผลของโพสต์ค่อนข้างกว้างและแพร่หลาย ไม่ได้แสดงผลซ้ำในบุคคลเดิมมากนัก วัดจากจำนวนครั้งของการแสดงผล และการเข้าถึงรายบุคคล สำหรับการมีส่วนร่วมถือว่ามีแนวโน้มค่อนข้างสูงในแต่ละโพสต์ ถือว่าการซื้อโฆษณาค่อนข้างตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. ทำ SEO หรือ Search Engine Optimization คือการออกแบบเว็บไซต์ทั้งรูปแบบและเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ ตรงกับเกณฑ์ของ Search Engine (เน้น Google เป็นหลัก) ที่ต้องการให้เว็บไซต์ของเราปรากฏบน Search Result Page (หน้าแสดงผลการค้นหา) เมื่อมีคนกรอก Keyword (คำสำคัญ) การทำ SEO เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มยอดผู้เข้าชมเว็บไซต์ในระยะยาว ซึ่งต้องใช้เวลาและต้องพัฒนาเว็บไซต์พร้อมสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ อาทิ ความยาวของเนื้อหา จำนวนบทความ จำนวนคำสำคัญในบทความ ความหลากหลายของรูปแบบสื่อในเว็บไซต์ เพื่อให้ Search Engine จัดอันดับให้หน้าเว็บไซต์อยู่ในอันดับที่ดีที่สุด

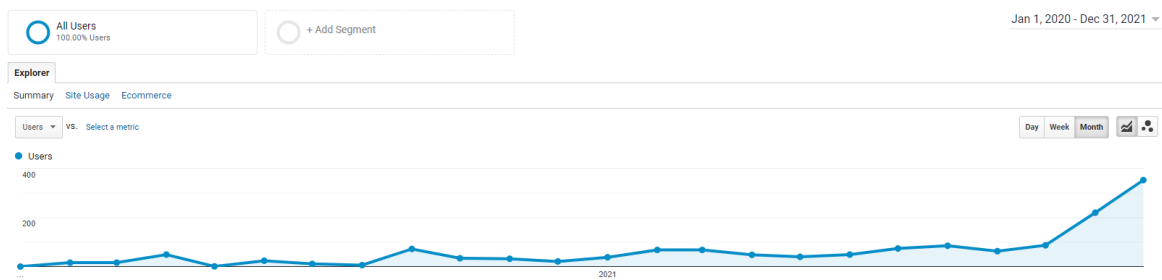
กราฟแสดงจำนวนการเข้าเว็บไซต์เดือนธันวาคม 2564 จำนวน 353 คน



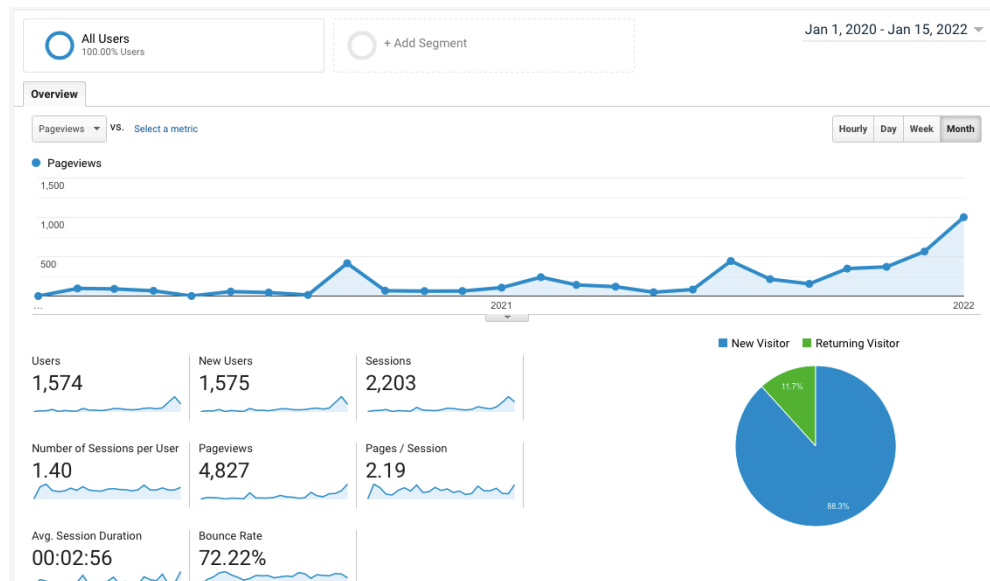
กราฟแสดงจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ ปี 2564 รวม 1,154 คน



กราฟแสดงจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ ปี 2563-2564 จำนวน 1,406 คน



กราฟแสดงจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ ปี 2563-2565



การทำ SEO พบว่าหน้าเฟซบุ๊กเพจ “เที่ยวสร้างสรรค์” และเว็บไซต์ www.creativejourneyth.com ได้ปรากฏบนหน้าแรกของ Google เมื่อพิมพ์คำค้นหา “เที่ยวสร้างสรรค์” และ “ท่องเที่ยวสร้างสรรค์” (เก็บข้อมูล มกราคม 2565)

ท่องเที่ยวสร้างสรรค์



ทั้งหมด

ค้นรูป

Maps

วิดีโอ

ข่าวสาร

เพิ่มเติม

เครื่องมือ

ผลการค้นหาประมาณ 15,600,000 รายการ (0.37 วินาที)

วิดีโอ



การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

YouTube · DASTA THAILAND

6 ม.ค. 2564



งานเสวนา "ทิศทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์รูปแบบใหม่หลัง New ...

YouTube · CU Radio Channel

8 เม.ย. 2564



Nous Space [by Mahidol] ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ชุมชนสีเขียว

YouTube · Mahidol Channel มหิดล แชนแนล

31 ธ.ค. 2558



ดูทั้งหมด

<https://www.bangkokbiznews.com> > pr-news ▾

CREATIVE TOURISM การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - กรุงเทพธุรกิจ

20 ก.ค. 2559 — เป็นองค์กรที่ริเริ่มส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ดำเนินการร่วมกับคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ...

<http://www.pongpha.go.th> > filesAttach > loadfile ▾ PDF

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

โดย พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) นับวันจะถูกนำมาสร้างกระแสให้มี. บทบาทในการสร้างรายได้ ...

4 หน้า

<https://www.creativejourneyth.com> > post > creative-touris...

CREATIVE TOURISM หรือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร?

"การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะมรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะ ...

เที่ยวสร้างสรรค์



🔍 ทั้งหมด

🖼️ ค้นรูป

📺 วิดีโอ

📍 Maps

📄 ข่าวสาร

⋮ เพิ่มเติม

🖱️ เครื่องมือ

ผลการค้นหาประมาณ 8,350,000 รายการ (0.35 วินาที)

<https://www.facebook.com> > ... > Local & travel website ▼

เที่ยวสร้างสรรค์ - Home | Facebook

เที่ยวสร้างสรรค์. 1072 likes · 803 talking about this. พื้นที่แลกเปลี่ยนเรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยว.

<https://www.facebook.com> > ... > Posts ▼

เที่ยวสร้างสรรค์ - Posts | Facebook

เที่ยวสร้างสรรค์. 632 likes · 937 talking about this. พื้นที่แลกเปลี่ยนเรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยว.

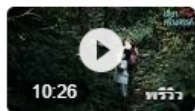
📺 วิดีโอ



การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

YouTube · DASTA THAILAND

6 ม.ค. 2564



เที่ยวสร้างสรรค์ - เที่ยวสร้างสรรค์ | ห้องเรียนสุดขอบฟ้า

Facebook · เที่ยวสร้างสรรค์

19 ก.พ. 2564



งานเสวนา "ทิศทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์รูปแบบใหม่หลัง New ...

YouTube · CU Radio Channel

8 เม.ย. 2564



ดูทั้งหมด

<https://www.creativejourneyth.com> > blog ▼

เรื่องเล่าเที่ยวสร้างสรรค์

หากเดินเล่นในตัวเมือง จ.ประจวบคีรีขันธ์ นอกจากจะมีทะเลอ่าวประจวบที่สวยงาม สามารถเดินสัปดาห์ริมหาด ชมวิวทิวทัศน์เขาล้อมหมวก... 22 0. ไม่ถูกใจโพสต์.

<https://www.creativejourneyth.com> > post > creative-touris...

CREATIVE TOURISM หรือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร?

"การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการ

4.4 ผลกระทบและตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

ผลกระทบ เกิดผลกระทบและประสิทธิผล ดังนี้

1. ชุมชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว เกิดการตระหนัก รับรู้ เข้าใจ และเกิดแรงบันดาลใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. ชุมชนและผู้ประกอบการเห็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง
3. ชุมชนและผู้ประกอบการสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาต่อกับบริบทของชุมชน และเกิดความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนของตน
4. สร้างความเชื่อมั่นแก่ชุมชนและผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. เปิดพื้นที่การสื่อสารและความคิดสร้างสรรค์แก่ชุมชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และนักสื่อสารการท่องเที่ยว
6. นักวิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้สื่อเรียนรู้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชนได้
7. การเข้าชม Digital Platform รวมทั้งหมดจำนวน 335,785 ครั้ง ช่วยขยายการรับรู้และเข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เปิดมุมมองการท่องเที่ยว และเกิดปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น
8. ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่น่าเชื่อถือ

ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ โครงการย่อย 2.4 การออกแบบการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการดำเนินงานโครงการ	จำนวน	หน่วยนับ
1. การลงพื้นที่ภาคสนาม	5	ครั้ง
2. การสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้ประโยชน์ Digital Platform	4	ครั้ง
3. สำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม การประชุมกลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก	1,149	ตัวอย่าง

4. Online platform	3	platform
5. สื่อเรียนรู้: บทความออนไลน์	17	บทความ
6. สื่อเรียนรู้: คลิปวิดีโอออนไลน์	7	คลิป
7. เครือข่ายผู้เกี่ยวข้องบนเว็บไซต์	52	แห่ง
8. ผู้เข้าชมเว็บไซต์	1,574	บัญชี
9. การเข้าชมเว็บไซต์	4,827	ครั้ง
10. การเข้าชมโพสต์เฟซบุ๊ก	330,608	ครั้ง
11. โพสต์บนเฟซบุ๊ก	43	โพสต์
12. ผู้คอมเมนต์บนเฟซบุ๊ก	209	คอมเมนต์
13. ผู้ติดตามเพจ	1,102	บัญชี
14. ผู้ไลค์เพจ	1,087	บัญชี
15. ผู้แชร์โพสต์ในเฟซบุ๊ก	267	ครั้ง
16. การโปรโมทเพจ	2	ครั้ง
17. การโปรโมทโพสต์สื่อเรียนรู้	6	ครั้ง
18. คลิปบน youtube	12	คลิป
19. ผู้ชม youtube	350	ครั้ง
20. บทความวิชาการโดย ผศ.ดร. ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน	1	ชิ้น
21. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	2	เล่ม

5. ข้อเสนอแนะ

1. การใช้พื้นที่ digital platform ควรมีลักษณะเลือกแนวทางใช้การสื่อสารบน Platform ที่หลากหลาย (Multi-Platform) โดยให้ www. เป็น Platform ที่ทำหน้าที่เสมือน คลังข้อมูล คลังความรู้ และแหล่งเรียนรู้กลางของเครือข่าย ในขณะที่ Social Media ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเฟซบุ๊ก ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ขยายและสร้างเสริมประสิทธิภาพการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เครือข่ายต่างๆ และหากจะเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทั้งด้านการสื่อสารและบริการ เพื่อให้สะดวกและสื่อสารเพื่อตอบสนองการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวในแบบทุกที่ ทุกเวลา ก็ควรพัฒนา Application หรือพัฒนาเป็นห้องเรียนรู้แบบ Virtual Learning Center เพื่อไปอยู่บน Mobile Device ทำให้เกิดการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนทั้งเพื่อการเรียนรู้ การสร้างเสริมศักยภาพธุรกิจของท้องถิ่น การสร้างวิถีท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
2. จัดหลักสูตรอบรมแก่ชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพและทักษะการเล่าเรื่อง การผลิตสื่อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้กรอบแนวคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสุนทรีย์ และตอบสนองความสนใจที่แตกต่างหลากหลาย
3. พัฒนาเป็นรายวิชา การออกแบบการสื่อสารและผลิตสื่อเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถเปิดสอนในหลักสูตรนิเทศศาสตร์ หลักสูตรด้านการท่องเที่ยว หรือหลักสูตรเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับประชาชนทั่วไป
4. ขยายการมีส่วนร่วมในกลุ่มเยาวชนโดยเฉพาะระดับมัธยมศึกษาเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. เพิ่มตัวเลือกภาษาอังกฤษเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายและรองรับเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ

