

บทความวิจัย (Research Article)

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว กรณีศึกษาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดสุโขทัย

Social Interaction and Learning of Family Tourist: A Case Study of Designated Areas for Creative Tourism, Sukhothai Province

ชัยมงคล โฆษิตสุริยะพันธุ์* และเกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์
Chaimongkol Kositsuriyapan* and Ketwadee Buddhahumbhitak

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกับเจ้าบ้านในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งศึกษาศักยภาพของเจ้าบ้านในพื้นที่ดังกล่าวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เพื่อเสนอแนวทางในการบูรณาการพัฒนาลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าบ้านจำนวน 30 คน นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจำนวน 30 ครอบครัว และผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน รวม 65 คน ผลการศึกษาพบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ผ่านกิจกรรม (activities process) ที่เกิดในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะทำให้นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้มีโอกาสที่จะเรียนรู้ที่หลากหลาย โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเองยอมรับว่า กิจกรรมต่าง ๆ ทำให้บุคลิกของเขานั้นเปิดโลกทัศน์ เรียนรู้ความแตกต่างของผู้คนที่อยู่ในวัฒนธรรมที่ต่างกัน กิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ควรมีหลักเกณฑ์หลัก คือ 1) เป็นกิจกรรมที่จัดโดยคนในพื้นที่ 2) นำเสนอความประณีต 3) ส่งเสริมจินตนาการ 4) พักผ่อนหย่อนใจ สนุกสนาน 5) เพื่อคนทุกรุ่นวัย 6) กิจกรรมเชิงกายภาพ โดยรูปแบบของกิจกรรมนั้น เป็นกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมประเพณี นำเสนอวิถีชีวิตท้องถิ่น และต้องเน้นให้มีการลงมือทำ นอกจากนี้ องค์ประกอบของการปฏิสัมพันธ์ มี 3 มิติ ประกอบด้วย แรงจูงใจในการปฏิสัมพันธ์ กระบวนการในการปฏิสัมพันธ์ และโครงสร้างในการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งสามส่วนนี้เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมทางปฏิสัมพันธ์ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านพื้นที่ ระยะเวลา การจัดลำดับ รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ และปัจจัยที่สร้างปฏิสัมพันธ์ให้มั่นคง ได้แก่ ภาษา เวลา และความสามารถในการถ่ายทอด

คำสำคัญ: การเรียนรู้ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัว

Abstract

This research aims to study the learning behaviors and social interaction between family tourists and hosts in the context of creative tourism. Including, to study the potential of hosts in order to cater the tourists family groups; also to propose the guidelines to integrate the family tourists

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก 65000

Faculty of Business Economic and Communications, Naresuan University, Phitsanulok 65000

*Corresponding author; email: chaimongkol.kos@kbu.ac.th

(Received: 2 October 2020; Revised: 23 November 2020; Accepted: 9 December 2020)

DOI: <https://doi.org/10.14456/psruhss.2022.41>

marketing development in a creative tourism ways. This research is a qualitative research and in-depth interviewed with 30 hosts, 30 members of family tourists and 5 of acknowledged key informants, 65 in total. The result revealed that there were the social interaction via activities process occurring in the creative tourism destination. This allows tourists and hosts having the opportunities to learn in various ways. The family tourists also agreed that the activities are making their children able to open their vision and to learn with different cultures. The creative activities for family tourists are comprised of 6 characteristics; there are 1) held by the locals, 2) presenting the neat and meticulousness, 3) initiating imagination, 4) relaxing and joyful, 5) fit to all ages and 6) physical based activities. The activities are the cultural and traditional activities, presenting local ways of life, the forms concentrate in action of doing and the attributes of social interactions are in 3 dimensions combining with the motivation of interactions, the process of interactions, and the structure of interactions. All these 3 parts involve with the condition of interactions; there are factors of area, period of time, ranking, interaction forms, and factors that endure the interactions are languages, time, and the ability to transfer.

Keywords: Learning, Social interaction, Creative tourism destination, Family tourism

บทนำ

การเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเป็นรูปแบบการเดินทางที่มีความเฉพาะเจาะจง (Specific travel pattern) โดยมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างทางครอบครัวของนักท่องเที่ยว และเป็นการเดินทางพร้อมกันของกลุ่มคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกันทางสายเลือด (Cohen, 1984) การเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาชิกในครอบครัว ย่อมทำให้เกิดความคิดที่หลากหลายตามความต้องการเฉพาะตนที่มีบทบาทในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเลือกสถานที่ การเลือกที่พัก การเลือกกิจกรรม รวมถึงร้านอาหาร (Seaton & Tagg, 1995; Gram 2005) โดยสิ่งเหล่านี้ อาจจะเป็นลักษณะแบบหนึ่งว่าการท่องเที่ยวแบบกลุ่มครอบครัวแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบกลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแบบกลุ่มครอบครัว เป็นอีกหนึ่งวิถีทาง (approach) ที่ทำให้ครอบครัว เกิดการเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมใหม่ ในที่ ๆ ไม่คุ้นเคย และส่งเสริมประสบการณ์กับสังคมโลกภายนอกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีงานวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบกลุ่มครอบครัวเป็นจำนวนมากที่กล่าวถึง ประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ การกระตุ้นหรือสร้างประสบการณ์ทางสังคมแต่เยาว์วัยของเด็ก (Lehto et al., 2009) โดยรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว มักเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปรับประทานอาหารร่วมกัน ถ้ายูปร่วมกัน ซื้อของที่ระลึก แล้วก็เดินทางกลับ ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ จะส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในครอบครัว อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยน้อยมากที่ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของการสร้างความสัมพันธ์ หรือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกับชุมชนในสังคมที่ไปเยี่ยมเยือน (Host society/community) เพราะการที่จะสร้างต้นทุนทางสังคมหรือประสบการณ์ทางสังคมของเด็ก หรือสมาชิกที่อายุน้อย เป็นรุ่นใหม่ของสมาชิกครอบครัว นอกจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวแล้ว ควรคำนึงถึง การได้เรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าบ้านหรือการปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้านในถิ่นที่ไปเยี่ยมเยือนด้วย

งานวิจัยนี้ มุ่งเน้นศึกษาเรื่องการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว กรณีศึกษา พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดสุโขทัย ซึ่งศึกษา “ปฏิสัมพันธ์” กับ “การเรียนรู้” ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว เพราะลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ และส่งเสริมการเรียนรู้ให้ผู้มาเยี่ยมชม ผ่านกระบวนการเชิงสร้างสรรค์ในผลิตภัณฑ์บริการทางการท่องเที่ยว และ กับสิ่งแวดล้อม ทางวัฒนธรรม ศิลปะ ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การทำอาหาร งานฝีมือ เย็บ ปัก ถัก ร้อย การวาดเครื่องลายคราม การปั้นถ้วย ชาม โดยสาระสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การพัฒนารูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการ “ร่วมสร้าง” ประสบการณ์ หรือ Co-creation of Experience ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน (Richards, 2011)

สำหรับพื้นที่ศึกษาของงานวิจัยนี้ ได้แก่ จังหวัดสุโขทัยนั้น สุโขทัยเป็นเมืองเก่าทางวัฒนธรรมที่มีชุมชนที่สร้างสรรค์งานศิลปวัฒนธรรม มีสุนทรียะในการใช้ชีวิตที่สืบทอดต่อกันมาเป็นระยะเวลาหลายร้อยปี ซึ่งมีเสน่ห์เฉพาะเอกลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งดงาม สุโขทัยจึงเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมอันเป็นภูมิปัญญาพื้นถิ่นทางวัฒนธรรมและบริบทของสุโขทัยที่ถูกนำเสนอมาในกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสุโขทัย และในปี พ.ศ. 2554 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรือ อพท. ได้จัดทำเมืองต้นแบบเมืองมรดกโลกเศรษฐกิจการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ที่ประกอบไปด้วยอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยและอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ทำให้สุโขทัยก้าวสู่การเป็น Learning Center of Creative Tourism ส่งผลทำให้จังหวัดสุโขทัย ได้รับการแต่งตั้งจาก องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization - UNWTO) เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ สาขาหัตถกรรมและศิลปพื้นบ้าน (Crafts and Folk Art) ขึ้นในปี 2562 ซึ่งการที่ได้รับรางวัลนี้เปรียบเสมือนการการันตีถึงการยกระดับจังหวัดสุโขทัยให้มีชื่อเสียงระดับโลก ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศให้เดินทางมาเยือนเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น การนำแนวความคิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาเป็นบริบทในการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จะได้ยกระดับการเรียนรู้ และการปฏิสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน จะเป็นการขยายตลาดใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีการพัฒนาตลาดเพื่อ ให้มีประสิทธิผล ทั้งในด้านการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาเป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะ เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้เป็นอย่างดี (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2559)

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกับเจ้าบ้านในบริบทของพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. ศึกษาศักยภาพของเจ้าบ้านในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และ
3. เสนอแนวทางในการบูรณาการพัฒนาลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

วรรณกรรมที่อยู่ในกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ใช้สามแนวคิดในการศึกษา ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของ Turner (1998) โดยวิเคราะห์การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างเจ้าบ้าน (Host) กับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว (Guest) Smith (1989) และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Richard (2011) เมื่อนำสามแนวคิดนี้มาบูรณาการในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและเจ้าบ้านที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความแตกต่างดังกล่าวอีกด้วย

เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมประเด็นวัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าว งานวิจัยนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยมีเครื่องมือ คือ ด้วยวิธีการสังเกตโดยมีส่วนร่วม (Participant Observation) และ กระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) กับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ครอบครัว (Family Tourist) จำนวน 30 ครอบครัว กลุ่มเจ้าบ้าน (Host) ในท้องถิ่น แบ่งเป็น คนท้องถิ่นที่มีบทบาท ในการเป็นเจ้าของกิจการหรือทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและจิตบริการ จำนวน 20 คน คนท้องถิ่นที่ไม่ได้ เป็นเจ้าของกิจการหรือเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมดังกล่าว จำนวน 5 คน ผู้บริหารการท่องเที่ยวท้องถิ่น 5 คน และ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการและวิจัยการท่องเที่ยวครอบครัวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 5 คน จากทั่วประเทศ รวมทั้งสิ้น 65 คน

จากนั้น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการหาแก่นเรื่อง (Theme) ซึ่งวิเคราะห์เนื้อหานี้เป็นการวิจัยที่หาความสำคัญทั้งข้อความที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนที่ปรากฏในเนื้อหาเอกสารหรือที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Manifest content) และการวิเคราะห์โดยนัยหรือตีความหมาย (Latent Content) นำมาใส่รหัสข้อมูล (Coding) เพื่อเรียบเรียงจัดกลุ่ม สังเคราะห์ และอธิบายด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการเรียนรู้และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกับเจ้าบ้านในบริบทของพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ในมุมมองของเจ้าบ้าน และในมุมมองของนักท่องเที่ยว มีพื้นฐานมาจากการกิจกรรม และพบว่า มีความหลากหลายของกิจกรรม โดยกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ มีธีมหลักคือ กิจกรรมเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรม กิจกรรมวัฒนธรรมแบบวิถีชีวิต กิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวท้องถิ่น กิจกรรมเกี่ยวกับวิถีชีวิตท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว กิจกรรมวัฒนธรรมประเพณี โดยในสายตาของนักท่องเที่ยวนั้น ให้ความสำคัญกับสองกิจกรรมหลักมากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบลักษณะของกิจกรรมที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว มีลักษณะเด่น ดังนี้ 1) กิจกรรมที่เป็นอาชีพ / วัฒนธรรมดั้งเดิมอยู่ในพื้นที่ (Locally owned/ Traditional activities) อาทิ การปั่นจักรยาน การทำอาหาร การปั้นเซรามิก การทำพระพิมพ์ การทำเครื่องสังคโลก การเขียนลายสังคโลก 2) กิจกรรมที่นำเสนอความปราณีต (Delicateness-oriented activities) เช่น งานช่างเงิน งานช่างแกะสลักไม้ งานช่างจักสาน งานดินเผาเครื่องเคลือบ งานทอผ้าพื้นเมือง 3) กิจกรรมใช้จินตนาการ (Imaginative activities) เช่น กิจกรรมการวาดรูป การวาดลายสังคโลก ดังที่ชาวบ้านกล่าวว่า “...ทุกคนสามารถใช้จินตนาการบรรเจิดของตัวเอง พ่อ แม่ ก็ระบายสีไป ลูกระบายสีไม่ได้...ก็ปั้นเอา...ก็ออกมาเป็นสังคโลกเหมือนกัน” 4) กิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ เน้นความสุข (leisure-based activities) เช่น ปั่นจักรยานชมวิถีชีวิตชาวนา เรียนรู้วิถีการปลูกข้าว 5) กิจกรรมเพื่อคนทุกรุ่นวัย (Multigenerational activities) เป็นกิจกรรมที่ไม่ยากเกินไปหรือง่ายเกินไปและสามารถทำพร้อมกันได้ 6) กิจกรรมเชิงกายภาพ (Physical active activities) ที่เน้นการเคลื่อนไหวของร่างกาย การได้ออกไปสัมผัสบรรยากาศนอกห้อง เช่น กิจกรรมเกษตรอินทรีย์ ที่เน้นการส่งเสริมให้เด็กเข้ามาสัมผัสธรรมชาติ

งานวิจัยนี้ยังพบแนวทางในการสร้างการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยการเล่าเรื่อง (story telling) เป็นการนำความรู้ที่อยู่ภายใน (tacit knowledge) โดยมีลักษณะการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ 1) วิธีการเล่าเรื่องโดยมีคนเล่า โดยคนที่เล่าเรื่องนั้นเป็นปราชญ์ชาวบ้าน ภูมิปัญญา หรือเจ้าของกิจการ เป็นผู้ถ่ายทอด “มันก็เป็นเรื่องราวที่ฟังแล้วก็สนุกเป็นประสบการณ์ที่ดี” และ 2) วิธีการเล่าเรื่องโดยใช้วิธีการให้ความสำคัญกับการเกริ่นนำ (Introductory part) วิธีการเล่าเรื่องก่อนการเริ่มกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ จะทำให้การทำกิจกรรมนั้น ๆ เพิ่มคุณค่า

นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับของการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จากมุมมองของเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยวได้แก่ 1) อายุของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อระดับการเรียนรู้ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่เป็นผู้ใหญ่จะมีสมาธิจดจ่ออยู่กับการทำ workshop และการทำงานศิลปะได้นาน หากเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่เดินทางมากับเด็กที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ อาจจะมีอุปสรรคต่อการเรียนรู้ที่น้อยกว่า เพราะเด็กจะมีสมาธิที่สั้น การจดจ่ออยู่กับการทำกิจกรรมได้ไม่นาน เด็กเล็กก็อาจจะต้องการทำกิจกรรมที่เป็นตัวของตัวเอง ไม่เป็นแบบแผนมาก 2) ความยากง่ายของกิจกรรม เป็นตัวกำหนดการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว “การทำอาหารอาจจะไม่ได้ให้เด็กหันแต่ใช้วิธีเด็ดเอา” “...เด็กไม่ต้องปั่นหรอก แค่วาดสีก็ถือว่าได้เรียนรู้แล้ว” 3) เวลา มีนักท่องเที่ยวกล่าวถึงเรื่องเวลาว่าในบางครั้งได้เรียนรู้น้อย เพราะไม่มีเวลาในการปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น เนื่องจากมาเป็นระยะสั้นหรือไม่มีเวลา ดังนั้น เมื่อไม่มีเวลา “เลยไม่ได้วางแผนทำกิจกรรม”

สำหรับ การส่งเสริมการเรียนรู้ยังพบองค์ประกอบส่งเสริมการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวดังนี้ 1) องค์ประกอบภายใน ได้แก่ คน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ สร้างการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว (ชาวบ้าน ปราชญ์ ครู) 2) องค์ประกอบภายนอก ได้แก่ สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การมีส่วนร่วมของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวได้กล่าวไว้ว่า “สุขทัย มีความบริสุทธิ์

มีความสร้างสรรค์มากกว่าอื่น” นอกจากนี้ การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับเจ้าบ้านเมื่อปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวเท่านั้นที่ได้เรียนรู้ แต่ฝ่ายเจ้าบ้าน ก็ได้มีโอกาสในการเรียนรู้จากการปฏิสัมพันธ์ด้วย ซึ่งการเรียนรู้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเป็นลักษณะสองทาง (Two way interaction) คือ กลุ่มเจ้าบ้าน (Host) เรียนรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยมีเจ้าบ้านเป็นจำนวนมากที่สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมักจะมาเพื่อพักผ่อน (Leisure) หรือหาประสบการณ์ (Seek Experience) และศึกษาประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของประเทศไทย (Learn) อาจกล่าวได้ว่า เจ้าบ้านได้เรียนรู้ความชอบ (Preferences) ของนักท่องเที่ยว โดยขึ้นชอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของตน เช่น การที่ชาวบ้านรับรู้ได้ว่านักท่องเที่ยวมักจะเลือกที่พักที่มีสะพาน้ำหรือบ้านที่ปิดมีความเป็นส่วนตัวและประเด็นที่น่าสนใจ คือ การมีความมั่นใจในการทำธุรกิจการท่องเที่ยว การปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ส่งผลให้เจ้าบ้านมีมุมมองหลายประเด็นในเรื่องของการสร้างบรรยากาศสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น การสร้างสรรค์พื้นที่เพื่อสร้างการรองรับหรือการเตรียมความพร้อมให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาทำกิจกรรม ซึ่งการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การปรับตัวของการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมและประสบการณ์ที่เรียนรู้ใหม่ นำมาประยุกต์กับชีวิตการทำงานของตนทำให้การจัดกิจกรรมต้องออกแบบให้มีความเหมาะสม

ผลประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้จากการเรียนรู้ (Benefits of Learning) ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการรับรู้ของเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว พบประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1) ความสนุก (Fun) มีความสนุกและมีความสุขกับการทำกิจกรรมและได้มีโอกาสพบเห็นสิ่งแปลกๆ ใหม่ ๆ และเด็ก ๆ ได้มีความเป็นอิสระในเรื่องของการทำกิจกรรม ก่อให้เกิดความทรงจำที่ดีและสามารถบอกต่อได้ สำหรับในมุมมองของนักท่องเที่ยวผลประโยชน์จากการเรียนรู้จะคล้ายคลึงกับสิ่งที่เจ้าบ้านได้สังเกตเห็นก็คือ ความสนุก (Fun)

2) การเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross Culture) ในมุมมองของเจ้าบ้าน การเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีหลากหลาย เช่น การแสดงออกระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมในการแต่งกายที่แตกต่างกัน หลักการเรียนรู้ที่จะปล่อยให้เด็ก ๆ มีอิสระของการเล่นในสถานที่ท่องเที่ยว การเรียนรู้เรื่องอาหาร นักท่องเที่ยวจะมีวิธีการเลือกอาหารการกินในท้องถิ่น โดยถ้ามีเด็กมาด้วยอาหารที่พ่อแม่จะสั่งให้เด็ก ๆ รับประทานอาหารที่ไม่มีรสจัดมาก แต่ถ้าเป็นผู้ใหญ่จะทานอาหารตามพื้นถิ่น เช่น ผัดไท ต้มยำ และ การเรียนรู้เรื่องความเป็นไทย รวมถึงที่พักหรือลักษณะการก่อสร้างจะมีผลต่อการเข้ามาพักของนักท่องเที่ยว สำหรับในมุมมองของนักท่องเที่ยวจะสอดคล้องกัน โดยการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross Culture) การเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมจะทำให้เข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่างได้ ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นนักท่องเที่ยวได้บอกว่า ประสบการณ์ในการเรียนรู้ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง การใช้ชีวิตต่างวัฒนธรรมต่างภาษา การดำรงชีวิตของผู้คนในสถานที่ที่แตกต่างกัน การทำตัวให้กลมกลืนกับวิถีชีวิตของชุมชนที่แตกต่าง สิ่งที่ได้จากการเรียนรู้กับทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกถึงถึงบริบทของพื้นที่ที่ไปเยี่ยมชม “...we learn from the people...how they live here”

3) การได้รับแรงบันดาลใจและการค้นพบ (Inspiration) การได้รับแรงบันดาลใจในชีวิต การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ทำให้เกิดความรักความสามัคคี เกิดความรู้สึกสนุกภายในครอบครัวที่เกิดจากการได้ออกมาเจอสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ รวมถึงได้ค้นพบว่า ตนเอง หรือลูกของตน ชอบสิ่งใด

4) ได้มีความรักความสามัคคีภายในครอบครัว (Harmonious) การเดินทางยังช่วยทำให้สมาชิกในครอบครัวได้พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่าง ๆ “... shared experience “ ...Cooperated with each other” “...Spend time together “...because we are family, and we make all together...”

5) วินัย กฎระเบียบ (Discipline) นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบของแต่ละสังคมที่แตกต่างกัน เรียนรู้สิ่งที่พึงปฏิบัติในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่การใส่ใจในการสร้างวินัย โดยเฉพาะวินัยในตนเองเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างจิตสำนึก เคารพกติกา มารยาท การอยู่ในสังคมอย่างสงบสุข

สำหรับการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกับเจ้าบ้าน ผลการวิจัยได้ศึกษาตามประเด็นทฤษฎี และพบรายละเอียด ดังนี้

1. แรงจูงใจในการปฏิสัมพันธ์ (Motivational Interaction) ประกอบด้วย

1.1 แรงจูงใจดึงดูด โดยพบว่าเจ้าบ้านเป็นผู้ชักชวนหรือแสดงออก ซึ่งหมายถึง การแสดงออกซึ่ง ความเต็มใจในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว โดยอาจมาจากการที่เจ้าบ้านตระหนักรู้ได้ว่าจะมีการเติบโตและขยายตัวของการท่องเที่ยวจังหวัดของตนในอนาคต และนักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการเติบโตดังกล่าว ซึ่งเจ้าบ้านหลายคนนอกจากเต็มใจที่จะปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวแล้วยังมีแนวโน้มที่จะนำเอาทรัพยากรของตนมารองรับนักท่องเที่ยว

1.2 แรงจูงใจผลักดัน เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากสมาชิกอาวุโสในครอบครัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ต้องการให้สมาชิกภายในครอบครัวได้เห็นถึงความแตกต่างของสังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาจจะไม่ใช้การไปเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์เพียงอย่างเดียว แต่ไปยังสถานที่ที่หลากหลาย ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับชุมชนที่มีความแตกต่างจากประเทศถิ่นที่อยู่ของเขา

2. กระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interactional Process) ประกอบด้วย

2.1. การที่เจ้าบ้านให้บริการหรือการโน้มน้าวเพื่อชักจูงเชิงจิตวิทยา การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นอีกรูปแบบปฏิสัมพันธ์หนึ่งที่เกิดขึ้นในพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2. การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ (Exchange of goods and services) ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน โดยมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวการเดินทางไปยังแหล่งขายสินค้า คือ จุดหมายปลายทางเป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดความสมบูรณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีทั้ง ผู้ซื้อ ผู้ขาย สถานที่ ซึ่งเป็นการเพิ่มสุนทรีย์

2.3. การสื่อสารด้วยการตลาด (Marketing communication) กระบวนการสื่อสารการตลาดเป็นกระบวนการที่เจ้าบ้านใช้การจูงใจที่มีรูปแบบหลากหลาย เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย

2.4. การใช้วัจนะและอวัจนภาษาด้วยวัตถุประสงค์ทั่วไป อาจจะมีทั้งลักษณะของการทักทายแบบเสี่ยงหรือแบบสัญลักษณ์ เช่น “Hello” หรือ การโบกมือทักทาย ผลที่พบคือ การพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการทั่วไป (General informal conversation) และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (Exchange of experience)

2.5. การปฏิสัมพันธ์เพื่อสร้างความประทับใจ (Make impression) การสร้างความประทับใจ เป็นการปฏิสัมพันธ์ที่อาจจะมีความสัมพันธ์เชิงพาณิชย์กับนักท่องเที่ยวมาเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องก็ได้

2.6. การให้ความช่วยเหลือ (Offer assistance) ระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวการให้ความใส่ใจช่วยเหลือในสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม และอาจทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการใหม่

3. โครงสร้างรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ (Structuring Process) พบโครงสร้างที่ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ 2 ส่วนดังนี้

3.1. พื้นที่ที่เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่ขึ้นเกิดในพื้นที่ทางการท่องเที่ยวและพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ที่เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านขึ้น ได้แก่ พื้นที่ทางการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร สถานที่ทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพื้นที่สาธารณะ ตลาด วัด สวนสาธารณะ รวมทั้งแหล่งช้อปปิ้งสินค้าต่าง ๆ

3.2. พิธีกรรมในการปฏิสัมพันธ์ ในส่วนนี้จะประกอบไปด้วย 5 ลำดับดังนี้

1) การเปิดและการปิดปฏิสัมพันธ์ สำหรับการเปิดและปิดปฏิสัมพันธ์โดยทั่วไป ที่ไม่มีจุดประสงค์เพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

2) การสร้าง (form) ปฏิสัมพันธ์ การสร้างปฏิสัมพันธ์ มักมี มัคคุเทศก์ ก็คือ บุคคลที่เปรียบเสมือนเจ้าบ้าน จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การปฏิสัมพันธ์ดำเนินต่อไปได้

3) การเรียงลำดับการปฏิสัมพันธ์ การจัดลำดับการปฏิสัมพันธ์มักจะเกิดขึ้นให้เราสังเกตได้ โดยมีพื้นฐานจากวัฒนธรรม อยู่บนฐานของการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

4) การแก้ไขปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ การปฏิสัมพันธ์เพื่อเยียวยาปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือการปฏิสัมพันธ์ที่ผ่อนหนักให้เป็นเบา เช่น การมีศูนย์ข้อมูล หรือหน่วยงานช่วยเหลือ

3.3 การกำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อความมั่นคงของการปฏิสัมพันธ์ (stabilization) พบ 3 ส่วนประกอบได้แก่

1) ปัจจัยด้านภาษา “ภาษา” ถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเกิดความเข้าใจระหว่างกันนอกจากนั้น การใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง ยังสร้างความรู้สึกรักอันดีและราบรื่นระหว่างการใช้สื่อสาร ความแตกต่างในภาษาที่ใช้ ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านในด้านการสื่อสาร

2) ปัจจัยด้านเวลา การที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้พูดถึงเรื่องของเวลา เพราะ “เวลา” มีผลต่อการปฏิสัมพันธ์ หากมีเวลามาก ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์มา ดังนั้น การใช้เวลาเพื่อใช้ชีวิตการเรียนรู้ร่วมกับชาวบ้านเป็นสิ่งจำเป็นกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3) ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของการถ่ายทอด ทักษะของการถ่ายทอดของเจ้าบ้านมี ในเรื่องของพื้นฐานข้อมูลเป็นประเด็นสำคัญ รวมถึงลักษณะการถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยว

2. ศักยภาพของเจ้าบ้านในพื้นที่ดังกล่าวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ามีประเด็นศักยภาพของพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสามารถนำไปส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ในสามประเด็นดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพของคนสร้างสรรค์ (Creative people) โดยศักยภาพของจังหวัดสุโขทัย ในความเป็นเจ้าบ้าน (Host) ที่ส่งเสริมและรองรับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย

1.1. การมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าบ้าน ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของชุมชน และการเจ้าบ้านที่มีบทบาทสำคัญ

1.2. การให้ความร่วมมือกันของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน คนท้องถิ่น เข้ามาร่วมทำกิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ ของชุมชน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเกิดการพัฒนาที่ดี

1.3. การมีผู้นำที่ดีและทีมงานที่เข้มแข็ง จะเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในความสำเร็จของการทำงาน

2. ศักยภาพของสถานที่สร้างสรรค์ (Creative press) ศักยภาพของสถานที่สร้างสรรค์ จะส่งเสริมให้เกิดสิ่งแวดล้อมที่ดีในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและเจ้าบ้าน โดยศักยภาพดังกล่าว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ดีควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับกิจกรรมสำหรับเด็ก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์ในห้องพักมีไว้รองรับกลุ่มของนักท่องเที่ยวครอบครัวที่มีเด็กมาด้วย มีสระว่ายน้ำเพื่อรองรับกับเด็ก ๆ และสระว่ายน้ำใหญ่รองรับผู้ปกครองหรือผู้ใหญ่ เป็นต้น

2.2 แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังเช่น ในจังหวัดสุโขทัย มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าไม้ ถ้ำ เขา น้ำตก และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วัฒนธรรมและประเพณี เช่น นักท่องเที่ยวชอบสุโขทัยเพราะว่าสุโขทัยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ และมีโอกาสในการเรียนรู้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ท้องถิ่น เพราะความเป็นเมืองมรดกโลก (World Heritage) ของสุโขทัย

2.3 บริบท (Context) แห่งการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ดังเช่น การที่สุโขทัย ได้รับการรับรองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านของยูเนสโกในปี 2019 เป็นต้น

3. ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative product) องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจที่ดี ดังเช่น ที่สุโขทัย เป็นเมืองที่มีความสงบ และปลอดภัย ที่สำคัญค่าครองชีพไม่สูงมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการพำนักรวมเหตุผล รวมถึงกิจกรรมที่เกิดการเรียนรู้เหมาะกับการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว

3. แนวทางการบูรณาการพัฒนาลาดนันทนาการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิจัย ที่ตอบต่อวัตถุประสงค์นำมาสู่การเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อรองรับหรือส่งเสริมลادنันทนาการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยมีประเด็นหลักด้านคนสร้างสรรค์ ด้านสถานที่สร้างสรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างสรรค์ โดยมีแนวทางดังนี้

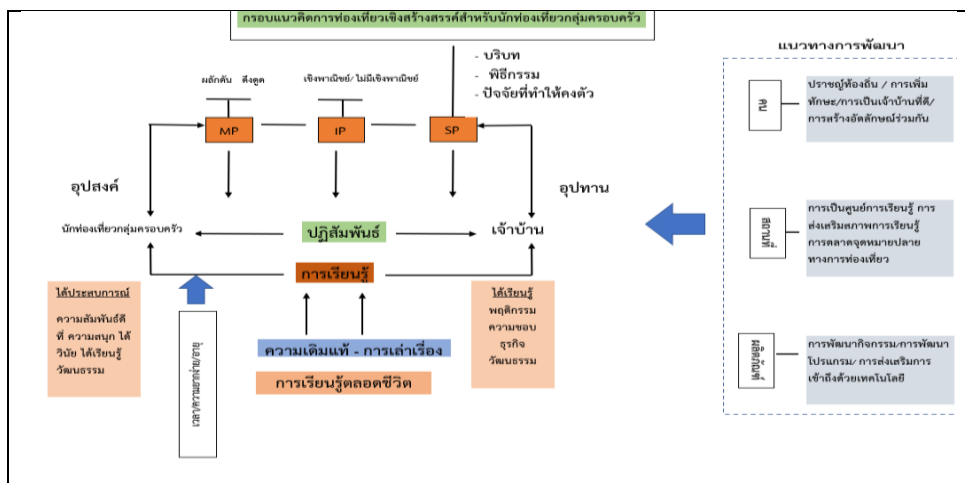
1. การพัฒนาลาดนันทนาการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ด้วยคนสร้างสรรค์ ทักษะคนในชุมชน รวมทั้งบุคลากรต่าง ๆ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องได้รับการพัฒนา โดยแนวทางการพัฒนาลาดนันทนาการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวต้องพัฒนาศักยภาพคน โดยมีแนวทางต่อไปนี้ 1) การส่งเสริมให้เกิดปราชญ์ชุมชน การเสริมสร้างปราชญ์ชุมชนโดยการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของชาวบ้าน ให้มีโอกาสแสดงศักยภาพด้านภูมิปัญญา ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ มีการยกย่องประกาศเกียรติคุณในลักษณะต่าง ๆ 2) การส่งเสริมศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้ การให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคล ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพตลอดจนความสามารถให้ดียิ่งขึ้นเรื่อย ๆ เช่น การอบรมเรื่องภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ การอบรมเรื่องเทคโนโลยีมาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น โดยเฉพาะการทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาเรียนรู้อยู่กับชุมชนมากขึ้น 3) ส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ได้แก่ การสร้างบุคลิกภาพ (Personality) การสร้างองค์ความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สถานที่สำคัญของชุมชนในท้องถิ่น สามารถเล่าเรื่องได้ (Story telling) มีทักษะ (Skill) ในการสื่อสาร ด้านการนำชมหรือด้านภาษา มีทัศนคติ (Attitude) ที่ต้องเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีมิตรไมตรี การทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ 4) การส่งเสริมความภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การให้คนในชุมชนได้มีโอกาสในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีเก่าแก่ในชุมชนซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการปลูกจิตสำนึกของคนในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นเยาวชน หรือประชาชนและการสร้างการตระหนักรู้ในการใช้ทรัพยากรของเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

2. การพัฒนาลาดนันทนาการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วยสถานที่สร้างสรรค์ แนวทางการพัฒนาลาดนันทนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ในประเด็นที่สองคือการสรรค์สร้างสถานที่ โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ 1) การสรรค์สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับครอบครัว ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ในพื้นที่นั้น ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สาธารณูปโภค รวมถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างก่อนและหลังการเดินทางเพื่อรับรู้ข่าวสารได้มากขึ้น 2) การสรรค์สร้างสภาพแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับครอบครัว การจัดการด้านสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น กลุ่มอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และอาคารที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเป็นสิ่งก่อสร้างที่ควร

ได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อสะท้อนให้เห็นประวัติศาสตร์ของเมืองและพัฒนาการทางสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงภูมิปัญญาและจิตวิญญาณของเมืองสุโขทัย

3. การพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างสรรค์ การพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาดังต่อไปนี้ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) พื้นฐานทางวัฒนธรรม การสร้างกิจกรรม (Activities) ควรจะต้องมีความหลากหลาย ทุกกิจกรรมต้องสามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว นับว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ได้ทั้งความรู้ และความสนุกไปพร้อม ๆ กัน และกิจกรรมดังกล่าวจะเหมาะสมกับการทำการตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ถือว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพและเหมาะสมที่สุด 2) การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Available Package) การที่ชุมชนได้ออกแบบกิจกรรมให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของชุมชนและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมท้องถิ่น จะทำให้เกิดความผูกพันและเกิดความประทับใจในความทรงจำในพื้นที่ท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2556) โปรแกรมการท่องเที่ยวของสุโขทัยที่มีกิจกรรมหลากหลายอยู่แต่เดิมจึงสามารถพัฒนาเป็นโปรแกรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้ 3) การพัฒนาการเข้าถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาบริการนอกจากนี้ยังเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวสามารถนำมาต่อยอดทำการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรงและช่วยลดต้นทุนการทำการตลาด

สรุปและอภิปรายผล



ภาพ 2 กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว
ที่มา: ชัยมงคล โฆษิตสุริยะพันธุ์ และเกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์ (2563)

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญที่ทำให้ครอบครัวเข้มแข็งและนำไปสู่สังคมที่มีคุณภาพ อาจกล่าวได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเรียนรู้จากความแตกต่างของประสบการณ์ที่หลากหลาย นอกจากนี้ ช่วยทำให้สถานการณ์ภายในครอบครัวดีขึ้น เนื่องด้วยมีการส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์ภายในครอบครัว และในขณะเดียวกันการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ในระหว่างการเดินทางกับเจ้าบ้าน และชุมชนที่ไปเยี่ยมเยือน (Lehto, et al., 2009) โดยพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยมีการนำเสนอกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ดังเช่น จังหวัดสุโขทัยมีกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น การเรียนรู้ลวดลายสังคโลกผ่านการ

วาดลงบนผืนผ้า การเรียนรู้งานปั้นและเขียนลายสังคโลก (สุเทพสังคโลก) เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมที่กล่าวมาแล้วแต่เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คือเป็นกิจกรรมที่เป็นอาชีพ / วัฒนธรรมดั้งเดิมอยู่ในพื้นที่ และนำเสนอความปรานีต ส่งเสริมจินตนาการทำให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานโดยกิจกรรมมีความเหมาะสมกับคนทุกรุ่นวัย กิจกรรมเชิงกายภาพเป็นกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมประเพณี นำเสนอวิถีชีวิตท้องถิ่นรูปแบบเน้นให้มีการลงมือทำ เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2011) โดยการนำผลจากการวิจัยนี้ไปต่อยอดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการในทุกภาคส่วนควรมีการประชุมร่วมกันร่างแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว Family Tourism โดยมุ่งเน้นไปที่การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการองค์ประกอบทั้งสามประเด็น คือ คน (People) สถานที่ (Press) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Product) เพื่อพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ งบประมาณปี พ.ศ. 2561

เอกสารอ้างอิง

- จังหวัดสุโขทัย. (2558). ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุโขทัย ตามแผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัย 4 ปี (พ.ศ. 2558-2561). สุโขทัย: สำนักยุทธศาสตร์จังหวัดสุโขทัย.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.). (2559). 13 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กับ 13 สถานที่น่าเรียนรู้สวย ๆ ในเมืองไทย. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.).
- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual review of sociology*, 10(1), 373-392.
- Gram, M. (2005). Family holidays. A qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2-22.
- Lehto, X. Y., Choi, S., Lin, Y. C., & MacDermid, S. M. (2009). Vacation and family functioning. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 459-479.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253.
- Smith, J. K. (1989). *The nature of social and educational inquiry: Empiricism versus interpretation*. Praeger.
- Tagg, D. S., & Seaton, A. V. (1995). The family vacation in Europe: Paedonomic aspects of choices and satisfactions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(1), 1-21.
- Turner, J. H. (1988). *A theory of social interaction*. Stanford University Press.