การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

ทิพย์สุดา ปานเกษม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2559

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

ทิพย์สุดา ปานเกษม

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)

รองศาสตราจารย์.....ประธานกรรมการ

(พัชนี เชยจรรยา)

รองศาสตราจารย์.....กรรมการ

(ดร.กำจร หลุยยะพงศ์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์.....กรรมการ

(ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร)

ศาสตราจารย์.....คณบดี

(ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

กันยายน 2559

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน
ชื่อผู้เขียน	นางสาวทิพย์สุดา ปานเกษม
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2559

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน และเพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) การสังเกต (Observation) รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 3 กลุ่มคือหน่วยงานรัฐบาล ภาคธุรกิจ และชุมชน รวมทั้งสิ้น 19 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1) รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านมีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน เนื่องจากกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมเกิดขึ้นจากกระบวนคิดร่วมกันของคนในชุมชน โดยการบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม ตลอดจนอาศัยความร่วมมือจากหลายหน่วยงานเพื่อรณรงค์ให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านเป็นรูปธรรม

2) การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านพบใน 2 ระดับ คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบาย และการมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้ส่งและผู้ผลิต โดยส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ซึ่งการมีส่วนร่วมในระดับนี้ถือว่าเป็นระดับสูงสุดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชน โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่วางแผนและกำหนดนโยบายเพื่อ

พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการวางแผนหรือกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวในละครั้งจะเกิดจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากภาคธุรกิจและกลุ่มชุมชน ในทางกลับกันมีเพียงส่วนน้อยที่มีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งและผู้ผลิต การมีส่วนร่วมในระดับนี้คนในชุมชนจะไม่ได้แสดงความคิดเห็นในการวางแผนด้านการท่องเที่ยวโดยตรง แต่มีหน้าที่นำนโยบายดังกล่าวมาปฏิบัติ รวมถึงยังทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในการส่งต่อนโยบายให้กลุ่มธุรกิจและชุมชนต่อไป ในขณะเดียวกันยังเป็นผู้ส่งสารกลับไปยังหน่วยงานภาครัฐอีกด้วย

3) รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านจำแนกตามทิศทางการสื่อสารเป็นแบบสองทาง(Two-Way Communication) และจำแนกตามการไหลของข่าวสารเป็นแบบแนวนอน (Horizontal Communication) ซึ่งรูปแบบการสื่อสารทั้ง 2 แบบในข้างต้นเป็นการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของหน่วยงานทุกภาคส่วนในจังหวัดน่าน ทั้งนี้ใช้วิธีการรวบรวมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนำเสนอข้อมูลผ่านทางการอบรมและการประชุม ทุกหน่วยงานจะสามารถโต้ตอบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้อย่างอิสระ เพื่อขับเคลื่อนแผนนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้บรรลุจุดประสงค์ที่กำหนดไว้ได้อย่างรวดเร็ว

4) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสการดำรงชีวิตอย่างเรียบง่ายอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านการกำจัดขยะ ทำให้ต้องเร่งดำเนินการแก้ไขการกำจัดขยะให้มีประสิทธิภาพสูงสุด มิเช่นนั้นปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของคนในชุมชนโดยตรง เนื่องจากวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติมีส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวจังหวัดน่าน

5) การสร้างโมเดลการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน เพื่อให้จังหวัดอื่นไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบททางสังคมเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของจังหวัดตนเอง

ARSTRACT

Title of Thesis	Participatory Communications for the Promotion of Creative Tourism in Nan Province
Author	Miss Tipsuda Parnkasem
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2016

The objectives of this research were to: study the participatory communication process for the development of creative tourism in Nan province; and develop the guideline on participatory communications for creative tourism management.

The research utilized the qualitative research method collecting data through documentary research, observation, and in-depth interview. Three groups of key informants were selected for the in-depth interview. This included the government offices, business organizations, and community members. A total of 19 key informants were interviewed. The research findings were demonstrated as follows:

1) The creative tourism in Nan province has its own unique characteristic features as using the community network model. There were a number of activities that created the opportunities for tourists to interact with the people in the community. The activities that tourists participated in were integrated in the way of life, traditions, and cultural aspects of the people in the community. The visible success of the program was made possible by the collaboration from the various organizations to support the creative tourism in Nan province.

2) There were two levels of management of the creative tourism in Nan province. The first level was planning and policy level. The second level was the implementation by the sender or creator of content. It was found that the people in the planning and

policy level were involved and contributed inputs. This was considered involvement at the higher level of authority in the process of participatory communications. It was found that the planning and policy developed by the government offices would be shaped by the inputs from the business organizations and communities. However, it was the reverse for the implementation level. The people at this level were less involved in providing input and only follow the policy and implement the plans. The people at this level were the senders of the content shaped by the business organizations and the community while at the same time providing feedback to the government offices.

3) Participatory communications for the development of creative tourism in Nan province were categorized as based on the communications direction as either two-way communication or horizontal communications. These two types of communications were supportive to the development of participation from all related agencies in Nan province. The implementation required the invitation of the stakeholders to present and exchange their views. The resulting recommendations would be developed as guidelines that will be disseminated through training and seminars. All the participants were welcome to freely express their views in order to push forward the tourism policy to achieve the desired goals.

4) The creative tourism in Nan province enticed tourists to live the simple way of life, which was characteristic to the way of life of people in Nan province. This was a very good means for providing income for the people in the community. However, the rapid growth in the number of tourists has led to negative effects on the environment particularly waste disposal. Therefore, it was imperative to solve this problem before it created a negative effect on the way of life of the people in the community and natural environment, which were the major factors that attract tourists to return to Nan province.

5) The model of participatory communications in driving the development of creative tourism in Nan province can be adopted to the social and economic context of other provinces.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์โดยได้ความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้คอยให้คำปรึกษา เพื่อให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงขอขอบคุณรองศาสตราจารย์พัชนี เชยจรรยา และรองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ สำหรับคำแนะนำต่างๆ ที่ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการที่ได้ให้ความรู้ตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยศึกษาที่สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อีกทั้งขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการศึกษาให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชนในจังหวัดน่าน ที่สละเวลาอันมีคุณค่ามาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณคุณพ่อ คุณแม่ และคุณย่า ที่เป็นผู้สนับสนุนทุนการศึกษาตลอดมา รวมถึงขอบคุณครอบครัวมาลี ที่เป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ อีกทั้งยังคอยสนับสนุนผู้วิจัยในทุกๆ เรื่อง สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณน้ำหวาน เพื่อนนิเทศนิด้ารุ่นที่ 4 ที่จุดประกายให้ผู้วิจัยอยากทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ อีกทั้งยังไปช่วยเก็บข้อมูลที่จังหวัดน่าน รวมถึงยังติดต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านให้ด้วย ขอบคุณพี่นิวเพื่อนนิเทศนิด้ารุ่นที่ 4 ที่ช่วยเหลือผู้วิจัยทุกครั้งที่งานวิจัยมีปัญหา ขอบคุณเพียว ร่อน และดาด้าที่สร้างพลังให้กับผู้วิจัย ทำให้มีกำลังใจการทำงานอยู่เสมอ นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ นิเทศศาสตร์ม.บูรพา ที่ช่วยหาหัวข้อในการทำงานวิทยานิพนธ์ ตลอดจนคอยรับฟังปัญหาของผู้วิจัย จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ทิพย์สุดา ปานเกษม

กันยายน 2559

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (3)

ABSTRACT (5)

กิตติกรรมประกาศ (7)

สารบัญ (8)

สารบัญตาราง (10)

สารบัญภาพ (11)

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาของการวิจัย 1

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 10

1.3 คำถามนำการวิจัย 11

1.4 ขอบเขตการวิจัย 11

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย 12

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 12

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ 13

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 14

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 14

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 38

2.3 ทฤษฎีระบบ (System Theory) 60

บทที่ 3 วิธีการวิจัย 64

3.1 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย 65

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 65

3.3 การตรวจสอบความถูกต้องของการวิจัย 72

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอ 73

บทที่ 4 ผลการวิจัย 74

4.1 ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดน่าน 75

4.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน 82

4.3 ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน 99

4.4 รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน 109

4.5 จุดแข็ง และจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน 129

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 146

5.1 สรุปผลการวิจัย 146

5.2 อภิปรายผล 151

5.3 โมเดลการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน 160

5.4 ข้อเสนอแนะ 162

บรรณานุกรม 164

ประวัติผู้เขียน 172

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

5.1 สรุปกระบวนสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน 150

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปีพ.ศ. 2553-พ.ศ. 2557 2

1.2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่านระหว่างปี พ.ศ. 2552-2556 8

1.3 จำนวนรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ระหว่าง ปี พ.ศ. 2552-2556 8

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย 12

2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่านระหว่างปี พ.ศ. 2553-2556 25

2.2 จำนวนรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ระหว่างปี พ.ศ. 2552-2556 25

2.3 องค์ประกอบของวิธีระบบ 62

5.1 โมเดลการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน 162

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของการวิจัย

ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นทางด้านศิลปวัฒนธรรม และมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย ทำให้นักท่องเที่ยวจากหลายเชื้อชาติรวมถึงคนไทยเองต้องการเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในประเทศไทย จนทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้เพื่อนำไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ จากที่กล่าวมาส่งผลให้รัฐบาลหันมาส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป้าหมายหลักของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ การเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมถึงการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น อีกทั้งพัฒนาคุณภาพของคนไทย ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยในปีพ.ศ. 2558 มีเป้าหมายคือสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มเป็น 2.2 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.)

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ยปีละ 9 ล้านคน โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 7 ของเอเชีย และในปีพ.ศ. 2553 พบว่า ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยว จำนวน 15.8 ล้านคน มีรายได้ 585.9 พันล้านบาท ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 - พ.ศ. 2553 พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยนักท่องเที่ยวครึ่งหนึ่งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีพ.ศ. 2553 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวจากลุ่มเอเชียตะวันออก ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน เกาหลี เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 27 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด ในทางกลับกันพบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศยุโรปเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 40 จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

เดือน	2553	2554	2555	2556	2557p	△% 57/56*
มกราคม	1,605,505	1,805,947	1,992,158	2,318,447	2,282,568	-1.55
กุมภาพันธ์	1,614,844	1,802,476	1,853,736	2,367,257	2,075,304	-12.33
มีนาคม	1,439,401	1,702,233	1,895,560	2,322,200	2,018,008	-13.10
เมษายน	1,108,209	1,552,337	1,686,268	2,057,855	1,934,841	-5.98
พฤษภาคม	826,610	1,407,407	1,546,888	1,943,968	1,670,860	-14.05
มิถุนายน	964,959	1,484,708	1,644,733	2,061,782	1,491,300	-27.67
กรกฎาคม	1,275,766	1,719,538	1,815,714	2,149,173	1,914,582	-10.92
สิงหาคม	1,270,883	1,726,559	1,926,929	2,355,660	2,076,444	-11.85
กันยายน	1,214,810	1,486,333	1,611,754	1,995,343	1,855,626	-7.00
ตุลาคม	1,316,806	1,422,210	1,801,147	2,054,548	2,180,601	+6.14
พฤศจิกายน	1,478,856	1,291,548	2,143,550	2,378,112	2,438,301	+2.53
ธันวาคม	1,819,751	1,829,174	2,435,466	2,542,380	2,841,333	+11.76
รวม	**15,936,40**	**19,230,47**	**22,353,90**	**26,546,725**	**24,779,768**	**-6.66**

ภาพที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2557
แหล่งที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2557.

จากภาพจะเห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 โดยมีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 15,936.40 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 592,794.09 ล้านบาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 19,230,47 คน ซึ่งทำรายได้ให้การท่องเที่ยวจำนวน 776,217.20 ล้านบาทปี พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 22,353,90 คน และในปีพ.ศ. 2556 พบว่านักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสูงที่สุด ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยถึง 26,546,725 คน ในทางกลับกัน ปี พ.ศ. 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ลดจำนวนลง หดตัวร้อยละ 66.6 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา แต่ยังถือว่าเป็นจำนวนที่สูง คือ 24,779,768 คน ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่าเท่ากับ 1,147,653.49 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) นอกจากนี้ ในช่วง 9 เดือนที่ผ่าน (มกราคม -กันยายน 2558) มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 22,135,871 คน ขยายตัวร้อยละ 27.78 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีรายได้จาการท่องเที่ยวมีมูลค่าเท่ากับ 1,049,671.80 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2558)

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่ามีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้หันมาส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เพื่อต้องการกระจายรายได้สู่พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ ในปีพ.ศ. 2553 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น โดยมีจำนวน 122,522,114 คน ซึ่งก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศประมาณ 402,571.39 ล้านบาท ต่อมาในปีพ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวเดินทางในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 133,177,728 คน มีรายได้เฉลี่ย 483,224.53 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางในประเทศจำนวน 150,509,362 คน มีรายได้เฉลี่ย 588,865.44 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางในประเทศไทยจำนวน 161,724,688 คน มีรายได้เฉลี่ย 660,714.67 ล้านบาท และในปีล่าสุดพ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 170,248,107 คน มีรายได้เฉลี่ย 703,663.62 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2558) จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น เนื่องจากจำนวนการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นทุกปี นอกจากนี้ยังส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2554) ได้กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติปีพ.ศ. 2555 – 2559 เพื่อให้รับกับการเปลี่ยนแปลง และต้องการแก้ไขปัญหาขั้นพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาให้นักท่องเที่ยวหันมาเที่ยวไทยกันมากขึ้น ช่วยสร้างสำนึกรักบ้านเกิดให้แก่คนไทย ตลอดจนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาวสู่ความยั่งยืน ช่วยกระจายรายได้อย่างเท่าเทียม เพื่อนำมาซึ่งรายได้และความมั่งคงของประเทศ ซึ่งประกอบด้วยประเด็นที่ให้ความสำคัญ 5ประเด็น ในงานวิจัยชิ้นนี้จะสอดคล้องกับประเด็นที่ 5 คือ การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวมีเอกภาพ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมการบริหารจัดการในทุกระดับ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 5 ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย คือ การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง เนื่องจากประเทศไทยยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด และประเทศ รวมถึงขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน และหน่วยงานในระดับต่างๆ การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นเส้นทางสู่การทำงานร่วมกัน ในส่วนของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และองค์กรปกครองท้องส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ต้องมีการอำนวยความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อีกทั้งยังต้องมีการ

กระจายอำนาจ เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

อย่างไรก็ตามแนวโน้มด้านการท่องเที่ยว กำลังเกิดกระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) กล่าวคือเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเน้นการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ว่า “เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่าง ๆ ในชุมชนในด้านของการเรียนรู้และการทดลองเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ รวมถึงชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ทางด้านทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาชุมชน” (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556) นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีบทบาทในการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศทั่วโลก โดยประเทศไทยได้นำมากำหนดเป็นนโยบายของรัฐบาล นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร โดยกล่าวถึงเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ว่ามีจุดประสงค์เพื่อสร้างมูลค่าจากสิ่งที่ชุมชนมีอยู่ รวมถึงสร้างคุณค่าแก่มรดกทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ผ่านรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ, ม.ป.ป.)

ซึ่งกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูล (2558) กล่าวว่า “การจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยจะมุ่งสร้างความยั่งยืนควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมที่ไม่ได้เน้นปริมาณ แต่จะเน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ กระตุ้นให้เกิดค่าใช้จ่ายต่อหัว จากการที่นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวหรืออยู่นานมากขึ้น และนำไปสู่การกระจายได้ที่ทั่วถึง คือไม่ใช่เฉพาะผู้ประกอบการโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหารเท่านั้นที่จะได้ ส่วนอื่นๆ เช่นคนในพื้นที่ต้องได้รับผลตอบแทนที่ดีด้วย เพราะการท่องเที่ยววิถีไทย จะไปเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน ให้ชุมชนมาดูแลการท่องเที่ยวตามหมู่บ้าน ตำบลต่างๆ ที่มีการพัฒนา นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ความเป็นอยู่ และซื้อสินค้าต่างๆ”

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 3 ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 ซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรม และมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว โดยจะสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการที่รัฐบาลให้ความสำคัญการท่องเที่ยวโดยมีมติให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยว ตามที่ได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559 (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อมุ่งไปสู่รูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ทำให้เกิดองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือมีชื่อย่อว่า อพท. ซึ่งมีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อหารูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อีกทั้งมีหน้าที่ประเมินผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนจะได้รับทั้งสิ่งที่สามารถจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ตลอดจนศึกษาข้อดีและข้อเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อชุมชน อย่างไรก็ตามในอดีตประเทศไทยได้นำการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นรากฐานสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556) โดยนาฬิกอติภัค แสงสนิท (2556) ซึ่งเป็นผู้อำนวยการของอพท. ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าเพิ่มและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกับเจ้าของสถานที่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ใช่การผลิตความคิดสร้างสรรค์ออกมาอย่างเดียว จะต้องมีกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วย กล่าวคือชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมกับกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นด้วย ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยตรง ก็คือ ชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องยอมรับเทรนด์การ

ท่องเที่ยวใหม่นี้ด้วยการนำตัวเองเข้าไปมีประสบการณ์จริงในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการลงมือทดลอง ปฏิบัติ เรียนรู้ร่วมกับคนในชุมชนด้วยตนเอง”

อย่างไรก็ตามองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้กำหนดให้น่านเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ชื่อว่าพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน ซึ่งเป็นพื้นที่พิเศษลำดับที่ 6 ของอพท.ที่มีความโดดเด่นทางด้านคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมของอารยธรรมล้านนาตะวันออก โดยมีจุดมุ่งหมายคือพัฒนาให้น่านเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต (นาฬิกอติภัค แสงสนิท, 2557) สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)ที่ได้จัดทำหนังสือเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งพบว่าชุมชนบ้านหาดผาขน จังหวัดน่าน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ ททท.แนะนำให้เดินทางไปท่องเที่ยว นอกจากนี้เหตุผลอีกประการหนึ่งที่พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านค่อนข้างประสบความสำเร็จ เนื่องจากเมื่อวันที่ 19-20 กันยายน 2558 มีการจัดกิจกรรม “งานวันเก่าน่าน” โดยจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 3 ภายในงานจะอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานหลายภาคส่วน และเป็นงานที่ตอบสนองวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ในการประกาศพื้นที่อนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าน่านเป็นอย่างยิ่ง และชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558)

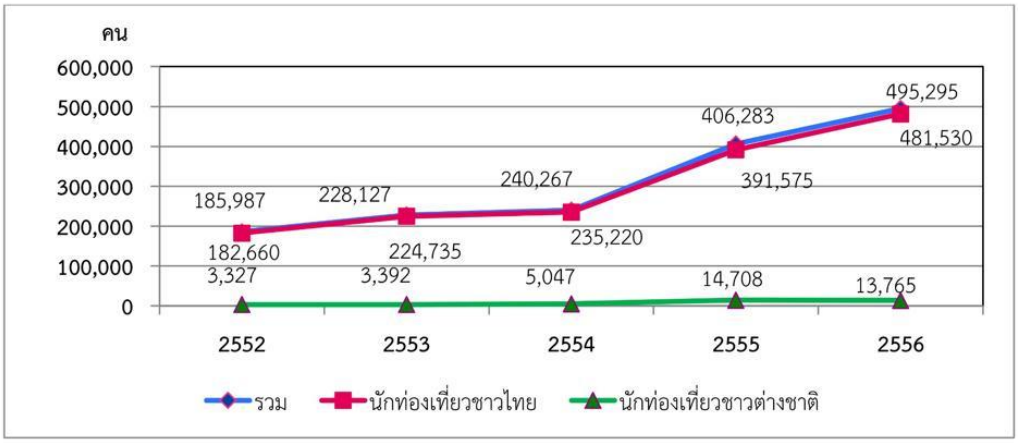
น่านเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ภูมิประเทศมีลักษณะเป็นภูเขาล้อมรอบ จึงทำให้มีศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ มีแหล่งเที่ยวหลากหลาย อีกทั้งยังคงทรัพยากรธรรมชาติไว้ได้อย่างสมบูรณ์ รวมถึงความสัมพันธ์แบบเดิมของคนในท้องถิ่นยังมีความแข็งแรงและเป็นตัวของตัวเอง จึงไม่แปลกที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน เว็บไซต์ชื่อดังอย่าง www.painaidii.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ถูกยอมรับในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้นำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่มีชื่อเสียงของจังหวัดน่านไว้ 10 สถานที่ ในส่วนของอุทยานแห่งชาติที่นักท่องเที่ยวนิยมขึ้นไปกางเต้นท์ นอนดูดาว ชมทะเลหมอกและดูพระอาทิตย์ขึ้น ได้แก่ อุทยานแห่งชาติศรีน่าน เป็นที่ตั้งของดอยเสมอดาวและผาหัวสิงห์ อุทยานแห่งชาติดอยภูคา อุทยานแห่งชาติขุนน่าน และอุทยานแห่งชาติแม่จริม เป็นที่ตั้งของแก่งน้ำว้าซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาล่องแก่ง ในส่วนของวัดที่มีชื่อเสียงซึ่งแฝงด้วยศิลปวัฒนธรรมและประวัติความเป็นมาของจังหวัดน่าน ได้แก่ วัดภูมินทร์ และวัดพระธาตุแช่แห้ง อีกทั้งน่านยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ไม่ว่าจะเป็นน่าบ่อเกลือสินเธาว์ เสาดินนาน้อย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน และหอศิลป์ริมน่าน อย่างไรก็ตามน่านก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจนอกเหนือจากที่กล่าวมาแต่ยังไม่ได้มีชื่อเสียงเท่าไหร่นัก อาทิเช่น วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหารพระ

อารามหลวงตั้งอยู่ใน อ.เมืองน่าน วัดมิ่งเมืองเสาหลักเมืองน่าน วัดช้างค้ำ วัดปรางค์ วัดหนองบัว พระตำหนักภูฟ้า สถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงตามพระราชดำริภพยัคฆ์ หรือไปชมนาบันไดที่นาขั้นบันไดในโครงการปิดทองหลังพระ (กระปุกดอทคอม, ม.ป.ป.)

นอกเหนือจากที่กล่าวมา เว็บไซต์ต้นเขียนดอทคอมยังได้อธิบายถึงประเพณีของจังหวัดน่านที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ อีกทั้งคนในจังหวัดเองก็ให้ความสำคัญกับประเพณีเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นงานแข่งเรือประเพณีฉลองงาช้างดำ จังหวัดน่าน ประเพณีแข่งเรือนี้สืบทอดกันมาตั้งแต่ พ.ศ. 2479 โดยเรือที่เข้าแข่งในใช้ไม้ซุงใหญ่ๆ เอามาขุดเป็นเรือ เอกลักษณ์โดดเด่นของเรือเมืองน่านคือที่หัวเรือเป็นรูปพญานาคงอนสูง เพราะชาวน่านเชื่อว่าพญานาคเป็นเจ้าแห้งน้ำและเป็นบรรพบุรุษของตน อีกทั้งยังมีประเพณีงานตานก๋วยสลาก หรืองานแห่คัวตาน เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยพระภิกษุรับนิมนต์เพื่อมารับการถวายทานโดยการจับสลาก ซึ่งงานตานก๋วยสลากของวัดช้างค่ำเป็นประเพณีที่คู่กับประเพณีแข่งเรือมาถึงทุกวันนี้ อย่างไรก็ตามประเพณีที่สำคัญในจังหวัดน่านก็คือ ประเพณีไหว้พระธาตุ เนื่องจากชาวเมืองน่านมีความเชื่อว่า เมื่อน่านเป็นเมื่อหนึ่งในดินแดนล้านนาที่พระพุทธศาสนาเผยแพร่ถึงเป็นเวลาช้านาน ซึ่งในรอบหนึ่งปีจะมีงานบูชาพระธาตุที่สำคัญ ได้แก่ งานนมัสการพระพุทธเบ็งสกัด งานประเพณีหกเป็งไหว้สามมหาธาตุแช่แห้ง งานประเพณีนมัสการพระธาตุเขาน้อย งานประเพณีนมัสการสรงน้ำพระเจ้าทองทองทิพย์ (ต้นเขียนดอทคอม, ม.ป.ป.)

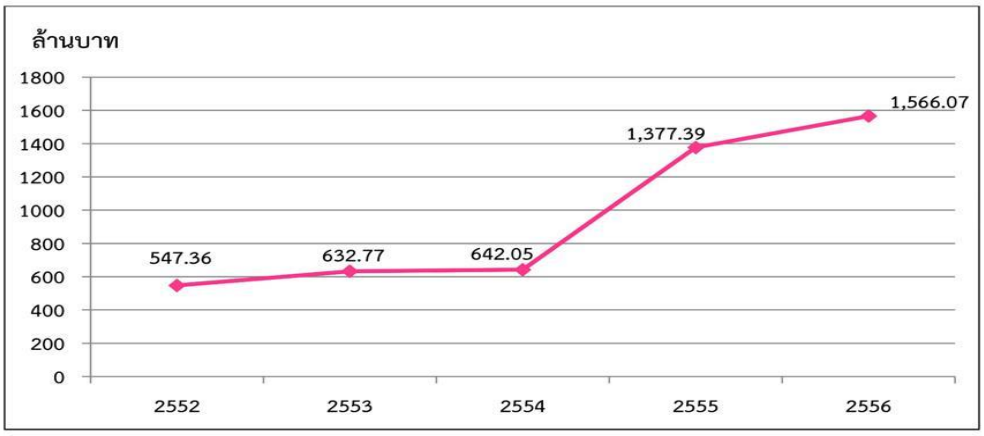
นอกจากนี้น่านยังมีโฮมสเตย์ที่ตั้งอยู่ในหลายๆ อำเภอเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสวิถีของคนในชุมชน โดยการให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ของคนในชุมชน อีกทั้งได้สัมผัสถึงทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ ซึ่งโฮมสเตย์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวได้แก่ เฮือนไม้หอมโฮมสเตย์ ตูบนาโฮมสเตย์ โฮมสเตย์ตานงค์ บ้านพักผาเก๊าะน้ำกูน ม่อนสายลมโฮมสเตย์ บ้านหาดผาขนโฮมสเตย์ บ้านเมืองคานรอรักฮิมน่าน (เนวิเกเตอร์สาว, 2558)

อีกทั้งสิ่งที่น่าสนใจทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือน่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2552-2556 และภายในปีพ.ศ. 2558 ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมที่ผ่านมา พบว่าน่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสูงที่สุด (กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูล, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในชุมชนเท่านั้น แต่ต้องก่อให้เกิดรายได้เพื่อเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจด้วย



ภาพที่ 1.2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่านระหว่างปี พ.ศ. 2552-2556
แหล่งที่มา: กรมการท่องเที่ยว.

จากภาพจะอธิบายได้ว่า ในปี 2554 นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด จำนวน 235,200 คน ชาวต่างชาติ จำนวน 5,047 คน ต่อมาในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่านเพิ่มขึ้นมากกว่าปีก่อนถึงร้อยละ 77.0 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด จำนวน 391,575 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 14,708 คน และในปี 2556 พบว่า มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทย 481,530 คน ชาวต่างชาติ 13,765 คน



ภาพที่ 1.3 จำนวนรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ระหว่างปี พ.ศ. 2552-2556
แหล่งที่มา: กรมการท่องเที่ยว.

จากภาพพบว่า ในปี 2554 น่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 642.05 ล้านบาท แต่ในปี 2555 มีอัตรารายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดิมอีกเป็นเท่าตัว คิดเป็นมูลค่าได้ 1,377.39 ล้านบาท และในปี 2556 รายได้จากการท่องเที่ยวของปีนี้สูงกว่าปีที่แล้วคิดเป็นมูลค่าประมาณ 1,566.07 ล้านบาท

จะเห็นได้ว่า น่านมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ซึ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพของจังหวัดน่านในด้านเศรษฐกิจ คือ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามรูปแบบของการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ธิติรัฐ ธรรมจง (2553) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียณ จังหวัดราชบุรี” เน้นเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยการจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อต้องการขยายขอบเขตการมีส่วนร่วมจากกลุ่มบุคคลให้มีความหลากหลายมากขึ้น

ปิ่นปินัทธ์ สัทธรรมนุวงศ์ (2557) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : โครงการตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี” พบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใน 2 รูปแบบ คือการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในเครือข่าย หมายถึงการร่วมบริหารจัดการกับเทศบาลอ่างศิลา และรูปแบบที่ 2 คือการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเครือข่าย หมายถึงนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของอ่างศิลาได้

กุสุมา ภูเสตว์ (2553) ศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” พบว่า การมีส่วนร่วมทำให้อนุรักษ์ทรัพยากร และนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนได้ ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารสำหรับการมีส่วนร่วมจะต้องเลือกใช้สื่อที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งสร้างให้คนในชุมชนรู้สึกรักและภูมิใจในชุมชนของตนเพื่อจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

บุษบา หินเธาว์ (2553) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีป่าชุมชน ตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์” พบว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใช้การปรึกษาหารือเป็นหลัก เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการจัดการชุมชนในทิศทางที่พึงประสงค์ อีกทั้งจัดกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วม ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่พึงพอใจที่ผู้นำชุมชนให้ความสำคัญกับตน

มาลินี หาญยุทธ (2551) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลนาไร่หลวง อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน” พบว่า ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากประชาชนเป็นผู้ที่รู้ถึงปัญหาของชุมชน เมื่อเกิดความคิดที่หลากหลายก็นำไปพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนและต่อเนื่อง

ภานุพงศ์ ภูโต (2551) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนเขาเสมอคอน อ.ท่าวุ้ง ต.เขาเสมอคอน จ.ลพบุรี” พบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอยู่ในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นผู้รับสาร ผู้ผลิตรายการ และผู้วางแผนนโยบาย ชาวบ้านสามารถโทรมาที่รายการหรือสถานี เพื่อแสดงความคิดเห็นหรือแจ้งข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งคนในหมู่บ้านทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและวางแผนได้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า งานวิจัยทั้งหมดศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แต่ยังไม่มีงานวิจัยเล่มใดที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปพร้อมๆกัน เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน (Wurzburger, 2010 อ้างถึงใน Richards and Raymond, 2000) ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยอาศัยการมีส่วนร่วม และการช่วยกันอนุรักษ์จากนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน

2) เพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

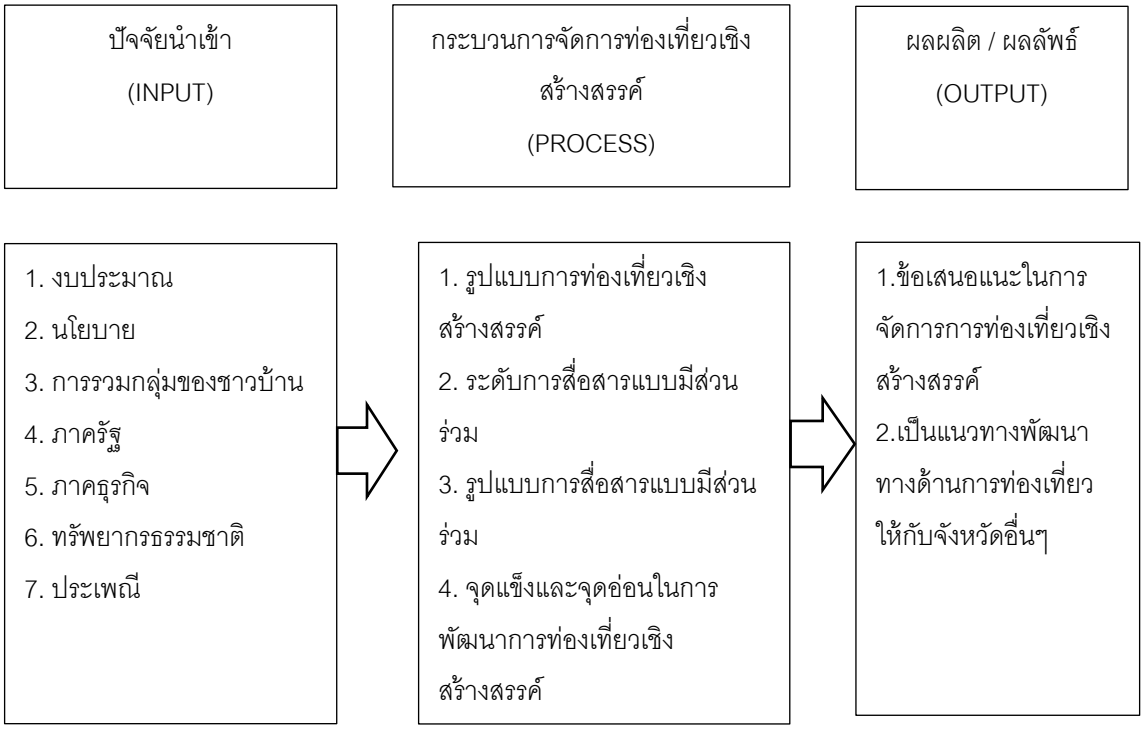
1.3 คำถามนำการวิจัย

กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่านเป็นอย่างไร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนภายในจังหวัดน่าน โดยจะศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และจุดแข็ง จุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านเท่านั้น โดยในงานวิจัยนี้จะมุ่งศึกษาเฉพาะในส่วนของหน่วยงานรัฐบาล ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชนโดยไม่ศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจัดหวัดน่านอยู่ในระดับพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในระดับต้นแต่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดน่าน อีกทั้งยังสามารถนำไปพัฒนาและและปรับปรุงการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่านให้ดีขึ้น

2) หน่วยงานของรัฐ เอกชน และชุมชน จะได้นำผลการวิจัยด้านมีส่วนร่วมของประชาชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน มาเป็นแนวทางพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดอื่นๆ

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่อื่นชั่วคราวด้วยความเต็มใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและไม่ได้ไปเพื่อหารายได้จากการเดินทางนั้น

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดที่มุ่งเน้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมโดยผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการระดมความคิด และการแลกเปลี่ยนความคิด จนนำไปสู่การตัดสินใจร่วมกัน โดยในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาในระดับและรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาคส่วนรัฐบาล เอกชนและชุมชน

ระดับของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง ระดับที่ทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐบาล เอกชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่านด้านการวางแผนและการดำเนินงาน

รูปแบบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง รูปแบบการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของหน่วยงานทุกภาคส่วนในจังหวัดน่าน ได้แก่ ภาครัฐบาล เอกชนและชุมชน

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงทำให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน โดยการวิจัยครั้งนี้จะศึกษารูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) รูปแบบเชิงพาณิชย์ และ 2) รูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน จึงได้นำแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอธิบาย ประกอบด้วย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

2.3 ทฤษฎีระบบ (System Theory)

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมจากทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยหัวข้อของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจะอธิบายในประเด็นของความหมายของการท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว องค์ประกอบของการทรัพยากรท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามลำดับ เพื่อนำไปสร้างกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีในการทำวิจัย

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์กรท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ไว้ว่า หมายถึงการเดินทางใดๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ คือ

1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ไม่ใช่การไปตั้งรกรากอยู่เป็นประจำ

2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ

3) เป็นการเดินทางที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้ามาหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รวมไปถึงพวกที่เข้ามาเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง เล่นกีฬา เพื่อศึกษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม หรือเพื่อประชุมสัมมนา

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (The United Nations World Tourism Organization - UNWTO) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการพักอาศัยในสถานที่ที่แตกต่างจากสภาพแวดล้อม เป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่องกันไม่เกินประมาณหนึ่งปี เป็นการเดินทางที่มีเป้าหมายเพื่อความเพลิดเพลินเพื่อธุรกิจ และมีเป้าหมายอื่นๆ

พจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism ไว้ 3 ความหมายคือ การท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อความสราญใจ และการบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)

Goeldner (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมที่บุคคลเดินทางออกไปสถานที่อื่นๆ ซึ่งอยู่นอกบ้าน เพื่อวัตถุประสงค์ประการใดประการหนึ่ง อย่างไรก็ตามการแลกเปลี่ยนประจำวัน หรือการเดินไปที่ทำงานไม่ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว

Davidson (1993) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากบ้านเป็นการชั่วคราว ไปยังสถานที่อื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ เพื่อไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการใช้ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อหาคำแนะนำ

McIntosh and Goeldner (1984, p. 4) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าหมายถึงผลปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นการดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยว ไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายครอบคลุมการเดินทางในหลายวัตถุประสงค์ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการพักผ่อน เพื่อความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ นอกจากนี้การท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ประการที่สอง เป็นการเดินทางที่เกิดขึ้นจากความสมัครใจ และประการสุดท้าย ไม่ว่าจะเดินทางด้วยวัตถุประสงค์อะไรต้องไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพและหารายได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางออกไปออกจากถิ่นที่อยู่อาศัยเดิมเป็นการชั่วคราวด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่นการเดินทางไปเยี่ยมญาติ หรือการ

เดินทางเพื่อไปหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน ทั้งนี้ต้องไม่ใช่การเดินทางไปเพื่อหารายได้ ตลอดจนการเดินทางนั้นต้องเกิดจากความสมัครใจของนักท่องเที่ยวเอง

2.1.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวไว้ 5 ประเภท คือ

2.1.2.1 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1) การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) เป็นการเดินท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อไปหารายได้จากประเทศนั้นๆ

2) การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) เป็นการท่องเที่ยวภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้นๆ

2.1.2.2 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปย่อยได้ 3 รูปแบบดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกหนีจากการใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อต้องการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่

2) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อหรือประชุม โดยมีช่วงระยะเวลาเหลือพอให้ไปท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจพิเศษ แบ่งได้ 4 แบบ คือ

(1) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพักผ่อน ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

(2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ และความภาคภูมิใจที่นำเสนอผ่านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้าง ซึ่งจะสอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม ซึ่งอานัติ จักรแก้ว (2545) ได้อธิบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้อีกว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาหาความรู้จากสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว

เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาทั้งในแง่ของมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่นการชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่างๆ

(3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริง โดยจะมุ่งเน้นการบริการที่เหมาะสม

(4) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นผลพลอยได้จากการเดินทางไปติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา โดยใช้เวลาว่างที่เหลือจากการทำงานไปท่องเที่ยว ซึ่งแนวโน้มการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้มีกำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

2.1.2.3 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1) การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism – GIT หรือ All Inclusive Tourism - AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นหมู่คณะ เป็นการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ มีจำนวนมาก โดยจะจัดการเกี่ยวกับการเดินทาง อาหาร ที่พัก และการนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism - FIT) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมีดำเนินการวางแผนและจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรืออาจจะใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกบางอย่าง ซึ่งสุวันชัย หวนนากลาง (2548) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้จริงๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก บริษัทนำเที่ยว ตลอดจนการควบคุมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว

2.1.2.4 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 แบบ คือ

1) การท่องเที่ยวตลาดหรูหรา (Elite Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีอัตราค่าบริการสูง เนื่องจากมุ่งเน้นการบริการการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา

2) การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการการท่องเที่ยวในราคาถูก สำหรับผู้ที่มีรายได้น้อยแต่มีจำนวนมากในประเทศไทย

2.1.2.5 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งย่อยได้เป็น 2 รูปแบบคือ

1) การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

2) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการจัดการดีเยี่ยม เพื่อดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรและธรรมชาติที่สวยงามของสถานที่นั้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ไม่เสื่อมคลาย อีกทั้งธุรกิจท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม รวมถึงชุมชนท้องถิ่นต้องได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม นักท่องเที่ยวเดินทางมาอย่างสม่ำเสมอ แต่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 รูปแบบ คือ

(1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวอย่างดีผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

(2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมหรือชมประเพณีต่างๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นจัดขึ้น เพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งยังได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆเกิดขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวดูวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

2.1.3 องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, pp. 28-29) ได้อธิบายไว้ว่าองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว ต้องมีอย่างน้อย 3 ประการ หรือ 3A's ดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่

นั้นๆ นอกจากนี้ภาพลักษณ์และราคาค่าเข้าชมของทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นด้วย

2) เส้นทางขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง อีกทั้งยังมีต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือ หรือท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างสะดวกและปลอดภัย

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนานขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวนี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง แล้วถือเป็นผลพลอยได้ในการบริการแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้นาตยา ธนพลเกียรติ (2547)ได้กล่าวว่า สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้แบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้อีก 4 ประการ ได้แก่

1) ทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยดึงดูดทำให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ กิจกรรม และวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

(1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวทีเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นถ้ำ น้ำตก ทะเล ภูเขา

(2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ หมายถึง โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ รวมถึงโบราณคดี เช่น วัดและพิพิธภัณฑ์ทางโบราณคดี

(3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรม เช่นประเพณีวิถีชีวิตของชาวเหนือ การประกอบอาชีพเกษตรกรรม เป็นต้น

2) การบริการ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ป้ายบอกทาง ห้องสุขา เป็นต้น

3) ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยว การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์โดยยึดตามหลักการตลาดที่คำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว

4) การบริหาร หมายถึง กฎหมาย ระเบียบ ข้อปฏิบัติ องค์กร หรือบุคคลที่บริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว เพื่อทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

2.1.4 นโยบายการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้พยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมคือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก แปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่ทำให้ผู้คนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

จากการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของ World Economic Forum พบว่าประเทศไทยมีอันดับที่ดีขึ้น ในปี 2550 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 43 ของโลก ปี 2551 ขยับขึ้นมาอยู่ในอับดับที่ 42 ของโลก และปี 2552 ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก โดยประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ความคุ้มค่าด้านราคาและความดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรพื้นฐานในด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย กระจายอยู่ในทุกจังหวัด อีกทั้งยังมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีความสวยงามติดระดับโลก มีเอกลักษณ์แตกต่างจากภูมิภาคอื่น สามารถนำไปพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนมีแหล่งท่องเที่ยวที่พร้อมจะพัฒนาอีกเป็นจำนวนมาก (คณะกรรมนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

อย่างไรก็ตามได้มีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้รับกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านการท่องเที่ยว และสามารถแก้ไขปัญหาพื้นฐานทางการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาวสู่ความยั่งยืนเพื่อนำมาซึ่งรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ประเด็นที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความสำคัญมี 5 ประการ คือ (คณะกรรมนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับคนทุกกลุ่ม

2) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการฟื้นฟูให้แหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมมีความสมบูรณ์เหมือนเดิม โดยพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลัก และแหล่งท่องเที่ยวรองเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถยกระดับการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและตรงตามมาตรฐานสากล ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบ มีคุณภาพมาตรฐาน และสามารถเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวได้

3) การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรม และเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว การป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว การเสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

4) การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว จะมุ่งเน้นการเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ สร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าการท่องเที่ยว โดยใช้การตลาดเชิงรุกโดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีเป้าหมายคือให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น อีกทั้งยังสร้างกระแสการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

5) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวมีเอกภาพ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมการบริหารจัดการในทุกระดับ

จะเห็นได้ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มกระจายอำนาจและเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ที่กล่าวไว้ว่า ชุมชนมีสิทธิในการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี

ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ ตลอดจนมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการเลือกใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ จึงทำให้องค์กรท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในทางกลับกันโครงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังขาดเสถียรภาพ ขาดองค์กรกลางที่มีอำนาจในการบังคับให้หน่วยงานให้ทำตามแผนรวม อีกทั้งการบังคับใช้กฎหมายยังไม่มีประสิทธิภาพ และกฎระเบียบของรัฐยังพัฒนาช้ากว่าภาคเอกชน ซึ่งการวางแผนงานดังกล่าวไม่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติหรือการลงทุน รวมถึงยังขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชน จะเห็นได้ว่าทุกฝ่ายยังขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น การลงทุนด้านการท่องเที่ยวเน้นการก่อสร้างมากกว่าการจัดการภูมิทัศน์ อีกทั้งขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่นในหน่วยงานทุกระดับ ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ (คณะกรรมนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

จากที่กล่าวมาจึงนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” โดยมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง

จะเห็นได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ 5 สอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้มากที่สุด เนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 5 เน้นการส่งเสริมกระบวนการสื่อสารการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว เนื่องจากการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด และประเทศ ตลอดจนขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน และหน่วยงานในระดับต่างๆ การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทาง

เพื่อนำไปสู่การทำงานร่วมกัน รวมถึงการกำหนดขอบเขตของการพัฒนาให้ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ครบวงจร ซึ่งแบ่งแนวทางการดำเนินงานเป็น 2 รูปแบบ คือ (คณะกรรมนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

1) การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

(1) เป็นการเชื่อมโยงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (มหาชน) ให้มีความสอดคล้องกัน และประสานกับกระทรวงอื่นๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในฐานะหน่วยงานสนับสนุน เพื่อให้การกำหนดนโยบายและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของประเทศเป็นไปในทางทิศทางเดียวกัน

(2) การสร้างพันธมิตร หุ้นส่วน หรือเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยอำนวยความสะดวก และลดขั้นตอนการทำงาน การระดมทุน การจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกัน เช่นการส่งเสริมการขาย การท่องเที่ยวต่างประเทศ การแสดงสินค้าและบริการ เป็นต้น

(3) สนับสนุนและผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าตามกรอบความร่วมมือต่างๆ ที่รัฐบาลได้ดำเนินการไว้แล้ว โดยควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ที่ริเริ่มไว้แล้วให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

(4) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและมีประโยชน์ต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต

(5) การทำงานร่วมกันของหลายหน่วยงาน เพื่อรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยการประสานงานและสั่งการในการป้องกัน เฝ้าระวัง เตือนภัย กำกับดูแล และรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งก่อนและหลังเกิดเหตุฉุกเฉิน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาท่องเที่ยว

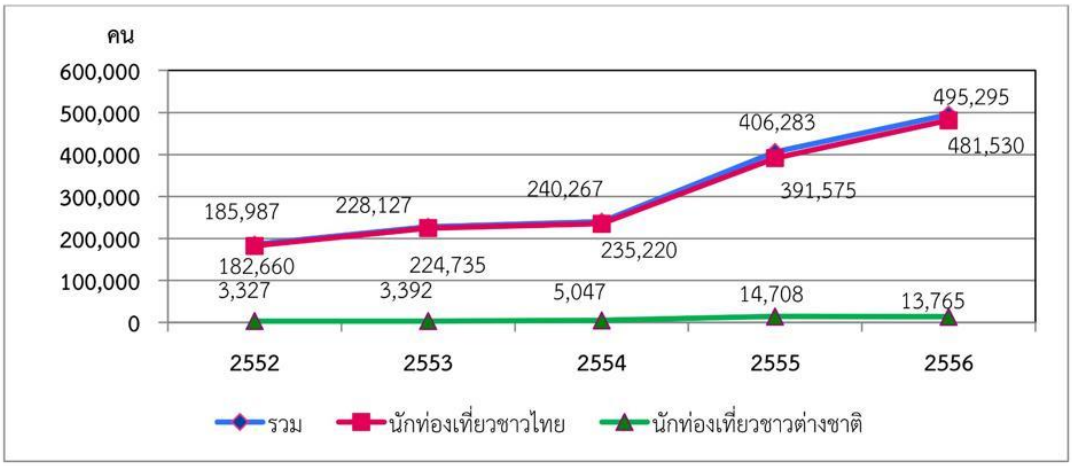
(1) อำนวยความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(2) กระจายอำนาจ และจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อลดการความขัดแย้งและสามารถสร้างกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการและความสามารถในการรองรับของชุมชนและระบบนิเวศในท้องถิ่น

(3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

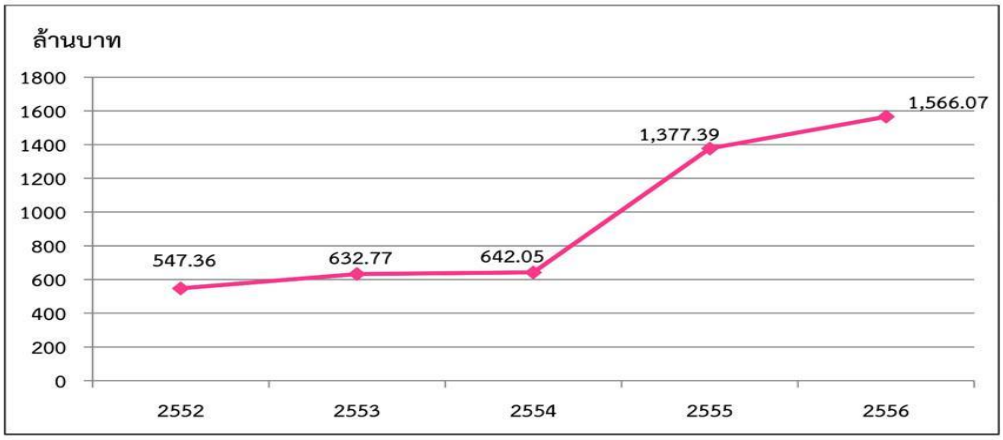
อย่างไรก็ตามการสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมในท้องถิ่น เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ทั้งนี้ต้องไปรับการสนับสนุนจากที่ปรึกษาภาคประชาชนในระดับปฏิบัติการในพื้นที่ตั้งแต่ระดับจังหวัด อำเภอ และท้องถิ่น โดยเฉพาะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนในทุกระดับ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นต่อการดำเนินยุทธศาสตร์ แนวทางการพัฒนา การจัดระบบบริหารและบริการ รวมทั้งติดตามประเมินผลที่สามารถสะท้อนความพึงพอใจของประชาชน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการดำเนินงานของส่วนราชการให้มีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการและประโยชน์โดยรวมต่อประชาชนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เนื่องจากน่านเป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2552-2556 และภายในปี 2558 ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือน มีนาคมที่ผ่านมา พบว่าน่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสูงที่สุด (กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูล, 2558)



ภาพที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่านระหว่างปี พ.ศ. 2553-2556
แหล่งที่มา: กรมการท่องเที่ยว.

จากภาพจะอธิบายได้ว่า ในปี 2554 นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด จำนวน 235,200 คน ชาวต่างชาติ จำนวน 5,047 คน ต่อมาในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่านเพิ่มขึ้นมากกว่าปีก่อนถึงร้อยละ 77.0 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด จำนวน 391,575 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 14,708 คน และในปี 2556 พบว่า มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทย 481,530 คน ชาวต่างชาติ 13,765 คน



ภาพที่ 2.2 จำนวนรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ระหว่างปี พ.ศ. 2552-2556
แหล่งที่มา: กรมการท่องเที่ยว.

จากภาพพบว่า ในปี 2554 น่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 642.05 ล้านบาท แต่ในปี 2555 มีอัตรารายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดิมอีกเป็นเท่าตัว คิดเป็นมูลค่าได้ 1,377.39 ล้านบาท และในปี 2556 รายได้จากการท่องเที่ยวของปีนี้สูงกว่าปีที่แล้วคิดเป็นมูลค่าประมาณ 1,566.07 ล้านบาท

จะเห็นได้ว่า น่านมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 จึงทำให้รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดน่าน (2557) ตามแผนพัฒนาจังหวัดน่าน ปี พ.ศ. 2558-2561 ได้กำหนดประเด็นกำหนดยุทธศาสตร์จังหวัด ไว้ 5 ประการ คือ

1) บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีการส่วนร่วมของภาคประชาสังคม

2) พัฒนา และเสริมสร้างศักยภาพเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาทรัพยากรการผลิตทางการเกษตร อุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน

3) พัฒนา และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้สอดคล้องกับวิถีชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

4) เสริมสร้างความสัมพันธ์ชายแดน ตลอดจนวางระบบบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

นอกจากนี้จังหวัดน่านยังกำหนดตำแหน่งการพัฒนา (Positioning) ใน 5 ประเด็น ดังนี้

1) บริหารทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสมบูรณ์ การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ ให้เป็นเมืองแห่งชุมชนคนต้นน้ำที่คงความสมบูรณ์โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

2) พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เด็กและเยาวชนให้มีความรู้และปลูกฝังจิตสำนึก พร้อมเปิดรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการค้าชายแดนให้มีมาตรฐานมากขึ้น เพื่อรองรับการเข้าสู่อาเซียนที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นเส้นทางการคมนาคมขนส่งทางเศรษฐกิจที่สำคัญ เปิดประตูสู่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เวียดนาม และจีน (จีนตอนใต้)

4) ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยเพื่อการบริโภคในพื้นที่

5) พัฒนาการค้าการลงทุน ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นตามแนวเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพของจังหวัดน่าน ด้านเศรษฐกิจ คือการท่องเที่ยวเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดในยุทธศาสตร์ข้อที่ 3 คือ พัฒนา และ

สนับสนุนยกระดับการพัฒนาสังคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมและสุขภาพ เพื่อเป็นฐานการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน และตำแหน่งการพัฒนาของจังหวัดน่าน (Positioning) จะสอดคล้องกับประเด็นที่ 2 ที่กล่าวว่า พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เด็กและเยาวชนให้มีความรู้และปลูกฝังจิตสำนึก พร้อมเปิดรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยมีจุดหมายเพื่อยกระดับการพัฒนาสังคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเป็นการพัฒนาชุมชนอย่างยั่นยืน

จากที่กล่าวมาพบว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทนี้ สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อพัฒนาไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

2.1.5 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้ที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นคนแรก คือ Crispin Raymond ชาวนิวซีแลนด์ (Wurzburger, Aageson, Pattakos & Pratt, 2010, pp. 30, 32, 44) โดยเขาได้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาจากประสบการณ์ของบุตรสาวที่ได้ไปท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศออสเตรเลียแล้วได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน ณ แหล่งท่องเที่ยวทำให้บุตรสาวได้มีโอกาสใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองร่วมกับชุมชน เกิดความประทับใจและมีความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น คริสพิน เรย์มอนด์ จึงได้พัฒนาสิ่งที่บุตรสาวไปพบให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งต่อมาภายหลังได้ร่วมมือกับ Richards (2008 อ้างถึงใน วิยะดา เสรีวิชยสวัสดิ์, 2544) ในการศึกษาและเผยแพร่แนวคิดและพัฒนาวิธีการดำเนินการต่างๆให้เป็นรูปแบบที่ชัดเจนขึ้น ต่อมาได้มีการนำเสนอแนวคิดนี้ในที่ประชุมสัมมนาที่เขาจัดขึ้นในประเทศนิวซีแลนด์เมื่อปีพ.ศ. 2543 และพวกเขาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ไว้ดังนี้ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้จะทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่หลากหลายและเกิดนวัตกรรมใหม่ขึ้นทั้งกับตนเองและชุมชน”

จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมี

ส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Wurzburger, 2010 อ้างถึงใน Richards & Raymond, 2000) โดย องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนเพื่อให้คงดำรงวิถีชีวิตไว้ได้อย่างยั่งยืน กิจกรรมต่างๆ ที่นำเสนอนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องมีความกลมกลืนและเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม และวิถีชีวิตของชุมชน โดยจัดในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเรียนรู้และได้ประสบการณ์เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน”

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีวิวัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นเพียงผู้รับ (Passive) กล่าวคือนักท่องเที่ยวมีหน้าที่มองดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนผ่านทางสายตาและการซื้อของที่ระลึกเท่านั้น แต่ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว(Active) กล่าวคือนักท่องเที่ยวสามารถกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจของแต่ละบุคคล เพื่อการซึมซับเอกลักษณ์ (Identity) ของแต่ละท้องถิ่น ทำให้การท่องเที่ยวมีความสนุกสนาน มีชีวิตชีวามากขึ้น และลดความเบื่อหน่ายของการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม (Richards, 2010) นอกจากนี้ JelinCiC (2009) ได้พูดถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองโดยการเข้าไปอยู่ใกล้ชิดและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ เรียนรู้ประสบการณ์จากชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะชนิดหนึ่งที่อยู่ในกรอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองในแหล่งท่องเที่ยวนั้น และเรียนรู้ประสบการณ์ในสิ่งที่เป็นวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นมากว่าไปเยี่ยมชม

Richards (2007) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยและต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ หรือการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมอาจจะประสบปัญหาหรือไม่มีความเหมาะสมทางด้านเวลา สิ่งที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้จากการไปท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งควรเป็นลักษณะเฉพาะของสถานที่นั้น อีกทั้งจะต้องกำหนดหรือแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่ามีเหตุผลเฉพาะหรือจุดเด่นอย่างไรที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนนั้น และชุมชนต้องไม่คิดแต่เพียงว่าจะเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยว การ

บริการ และประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพียงเท่านั้น แต่ต้องคิดว่าต้องจัดกิจกรรมอย่างไรเพื่อให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้สร้างสรรค์ร่วม (Co-Creator) ในประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้น

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อมุ่งไปสู่รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้เกิดองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) ซึ่งมีหน้าที่ในการการดำเนินงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อหารูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในอดีตประเทศไทยได้นำการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งที่เหล่านี้ล้วนเป็นรากฐานสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นผู้อำนวยการขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (นาฬิกอติภัค แสงสนิท, 2556) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า

> “เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าเพิ่มและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกับเจ้าของสถานที่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ใช่การผลิตความคิดสร้างสรรค์ออกมาอย่างเดียว จะต้องมีกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วย กล่าวคือชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมกับกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นด้วย ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยตรง ก็คือ ชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องยอมรับเทรนด์การท่องเที่ยวใหม่นี้ด้วยการนำตัวเองเข้าไปมีประสบการณ์จริงในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการลงมือทดลอง ปฏิบัติ เรียนรู้ร่วมกับคนในชุมชนด้วยตนเอง” (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556)

ทั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม ระหว่างภาคส่วนรัฐบาล ภาคเอกชน และชุมชน และไม่ได้เจาะลึกในส่วนของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่านในระดับเบื้องต้นเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวไม่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย

2.1.5.1 ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards (2008, อ้างถึงใน วิยะดา เสรีวิชยสวัสดิ์, 2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดเด่นและรูปแบบที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวธรรมดาทั่วไป รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วย เนื่องจากสามารถเอื้ออำนวยประโยชน์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการพัฒนารูปแบบการทำกิจกรรมในการท่องเที่ยวแบบใหม่ในหลายมิติ คือ

1) ความคิดสร้างสรรค์สามารถทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลาย และใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมของการท่องเที่ยวทั่วไปได้

2) การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่มีความยั่งยืน

3) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจของผู้ผลิตงานฝีมือหรือผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ขนาดเล็กได้

4) ทำให้คนในท้องถิ่นสามารถใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ของตนเอง และสามารถควบคุมการดำเนินการเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนตนเองได้

5) ความคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้ไม่หมดสิ้นเหมือนทรัพยากรอื่น

2.1.5.2 องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards and Raymond (2000) ได้เสนอว่าการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์และคุณลักษณะทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีรูปแบบเฉพาะมาประสานเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน แหล่งท่องเที่ยวที่จะพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรมีวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะของตนรวมอยู่ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยงเชิงสร้างสรรค์ คือ

1) ศักยภาพในการสร้างสรรค์ (Creative Potentail) หมายถึง นักท่องเที่ยวสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของตนเองร่วมกับคนในท้องถิ่นในระหว่างการะทำกิจกรรมต่างๆ ตามที่แหล่งท่องเที่ยวจัดหาไว้ให้

2) การเข้าร่วมกิจกรรม (Active Involvement) หมายถึงนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์กับคนในชุมชนได้ ซึ่งการเข้าร่วมดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิด เกิดความผูกพันกับชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง

3) การมีประสบการณ์กับคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว (Characteristic Experiences) ความคิดสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้ทุกแห่ง แต่สิ่งที่สำคัญคือ

ต้องเชื่อมโยงกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเข้ากับคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว และฝังรากลึกแนวคิดนั้นลงไปในวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ (Identity) ของท้องถิ่น ซึ่งเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้และสร้างสรรค์ต่อไป

4) การมีความคิดสร้างสรรค์ร่วม (Co-Creation) เป็นแนวทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนมีความคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน และทำสิ่งของร่วมกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ความรู้ของตนเองในการสร้างสรรค์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับคนในท้องถิ่น ซึ่งอาจจะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงเกิดประโยชน์กับชุมชนในการได้ผลิตภัณฑ์หรือแนวคิดในรูปแบบใหม่ขึ้น

นอกจากนี้เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการพยายามที่จะให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสถานที่นั้นเพิ่มมากขึ้น โดยการกระตุ้นหรือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกผูกพันและเข้าใจสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนอย่างลึกซึ้ง โดยชุมชนมีหน้าที่ดำเนินงานจัดกิจกรรมต่างๆ ทำให้ชุมชนสามารถรักษามรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง และทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้เรียนรู้ และใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชนนั้นๆ เพื่อเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง (McNulty, 2009 อ้างถึงใน วิยะดา เสรีวิชยสวัสดิ์, 2544)

จะเห็นได้ว่า งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน โดยองค์ประกอบแรกที่จะศึกษาคือศักยภาพในการสร้างสรรค์ (Creative Potentail) องค์ประกอบที่สองคือการเข้าร่วมกิจกรรม (Active Involvement) ต่อมาจะศึกษาเกี่ยวกับการมีประสบการณ์กับคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว (Characteristic Experiences) และองค์ประกอบสุดท้ายคือการมีความคิดสร้างสรรค์ร่วม (Co-Creation)

2.1.5.3 หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Richards and Raymond (2000) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ โดยจะต้องคำนึงถึงหลักการสำคัญ ดังนี้

1) ศึกษาข้อเท็จจริงหรือข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ (Know who you are and Where you are) เป็นการศึกษาว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นอย่างไร ทั้งในสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น สภาพภูมิอากาศ ทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน และนำสิ่งที่มีลักษณะพิเศษมาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว

2) ใช้ความสามารถของท้องถิ่น (Use Local Capacity) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว จึงต้องพิจารณาว่าจะใช้ความสามารถของท้องถิ่นให้เป็นประโยชน์อย่างไร และในบางครั้งการกระตุ้นทักษะหรือความคิดสร้างสรรค์จากภายนอกจะช่วยให้เกิดการพัฒนาได้

3) พัฒนาในสิ่งที่ท้องถิ่นมีอยู่ (Build on what you have) หลักสำคัญคือการใช้สิ่งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการให้มีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนให้มากที่สุด

4) เน้นการพัฒนาคุณภาพมากกว่าการกระทำแบบฉาบฉวย (Develop quality not grimminks) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เน้นให้เกิดการดำเนินการกับนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีคุณภาพและเป็นของ จริงไม่ใช่ของฉาบฉวยหรือตบแต่งชั่วคราวเพื่อเป็นตามแฟชั่นหรือเน้นในเชิงปริมาณ

5) ใช้ทรัพยากรความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวเร่งการดำเนินการ (Use creative resources as a catalyst) เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของฝ่ายต่างๆ เพื่อเป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่มีประโยชน์ต่อชุมชนได้

จะเห็นได้ว่า หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีรูปแบบที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมาธิการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission On Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ จะต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงมีจุดเน้นที่สำคัญ ดังนี้

1) ต้องช่วยกันดูแลทรัพยากรของการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด กล่าวคือไม่ได้ประโยชน์เฉพาะคนในยุคปัจจุบันเท่านั้น แต่ต้องเก็บทรัพยากรท่องเที่ยวไว้ให้แก่คนรุ่นหลังด้วย

2) ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และลดปริมาณของเสียที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

3) กระจายรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ อีกทั้งควรให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว อาทิเช่น การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

4) ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงชุมชนท้องถิ่น ควรมีการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการวางแผน แลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงการจัดสรรงบประมาณสำหรับแต่ละฝ่าย เพื่อก่อให้เกิดการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม

5) มีการสร้างเครือข่ายเผื่อเผยแพร่แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนออกไปในหมู่ประชาชนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างขว้างขวาง (โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่ม 27, 2550 อ้างถึงใน วิยะดา เสรีวิชยสวัสดิ์, 2544)

จากที่กล่าวมา พบว่า งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาหลักการที่นำมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ โดยผู้วิจัยได้ยึดตามหลักการสำคัญ 5 ประการ ดังนี้ ประการแรกคือการศึกษาข้อเท็จจริงหรือข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ (Know who you are and Where you are) ประการที่สองคือการใช้ความสามารถของท้องถิ่น(Use local capacity) ประการที่สามคือพัฒนาในสิ่งที่ท้องถิ่นมีอยู่ (Build on what you have) ประการที่สี่คือเน้นการพัฒนาคุณภาพมากกว่าการกระทำแบบฉาบฉวย(Develop quality not grimminks) และประการสุดท้ายคือใช้ทรัพยากรความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวเร่งการดำเนินการ (Use creative resources as a catalyst)

2.1.5.4 รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Raymond (2007) ได้นำเสนอทางเลือกของการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ 2 แบบ คือ

1) รูปแบบเชิงพาณิชย์ (Commercial Tourism Model) รูปแบบนี้เหมาะสำหรับกิจการทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่แล้ว และต้องการพัฒนาให้เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีแนวทางดังนี้

(1) ผู้พัฒนาระบบต้องมองว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น เป็นเหมือนสินค้าท่องเที่ยวชนิดหนึ่ง ต้องมีการแข่งขันเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวชนิดอื่น อีกทั้งต้องการเสนอขายสินค้าแก่นักท่องเที่ยวในช่องทางการตลาดต่างๆ เช่นเดียวกับสินค้าชนิดอื่น

(2) ควรมีคู่ค้าหรือผู้ร่วมดำเนินการ (Partners) ในธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว เช่น ธุรกิจโรงแรม หรือร้านอาหาร อาจจะจัดให้มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับกิจกรรมวัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งการเฉลิมฉลองต่างๆ โดยการเสนอขายกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์รวมกับสินค้าท่องเที่ยวอื่นๆ เนื่องจากการเสนอประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ในกิจกรรม

วัฒนธรรม ประเพณี กับนักท่องเที่ยวโดยตรง ในระยะแรกอาจมีความยากลำบากเพราะคนไม่เข้าใจ ดังนั้นการร่วมกับธุรกิจอื่นๆ ทีเกี่ยวข้อง อาจทำให้การเริ่มต้นง่ายขึ้น

(3) ควรเลือกชนิดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จะจัดขึ้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว หลังจากนั้นควรหาวิทยาท้องถิ่นที่มีความรู้ ความชำนาญ น่าเชื่อถือ เพื่อเป็นผู้นำให้การสร้างเสริมประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงต้องคำนึงว่าคู่ค้าที่เข้าร่วมมีหลายประเภท และลูกค้าของคู่ค้าเหล่านี้ก็จะมีคุณสมบัติต่างกัน ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่ต้องคำนึงถึงในการจัดรูปแบบกิจกรรมต่างๆ

(4) ในช่วงแรกของการเริ่มต้นธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ควรระมัดระวังเรื่องค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้เพียงพอ และตลอดระยะเวลาการดำเนินงานควรหาทางลดค่าใช้จ่ายๆ ให้มาก เช่น กรณีของการจ้างวิทยากรท้องถิ่นให้จัดกิจกรรมต่างๆ แทนที่จะเป็นการจ้างทำ อาจจะกระตุ้นให้วิทยากรนั้นเป็นผู้ดำเนินการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้วยตนเอง ซึ่งจะทำให้ผู้จัดการท่องเที่ยวไม่ต้องรับผิดชอบค่าจ้างในการดำเนินงาน

(5) ควรมองว่านักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้นเปรียบเสมือนลูกค้า และวิทยากรนั้นเป็นเสมือนผู้เสนอขายสินค้าหรือหุ้นส่วนธุรกิจ เนื่องจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือนักท่องเที่ยวเป็นผู้ทำรายได้ให้ ขณะเดียวกันวิทยากรจะได้รับค่าตอบแทนจากธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นผู้เสนอขายสินค้า

2) รูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน (Community Network Model) เป็นรูปแบบที่เหมาะกับชุมชนที่ต้องการจะพัฒนาภาพลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน โดยนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนแก่นักท่องเที่ยว และการพัฒนารูปแบบนี้เกิดจากแรงบันดาลใจของคนในชุมชนมีแนวทาง ดังนี้

(1) เชิญชวนให้วิทยากรทีมีความสามารถเข้าร่วมกับเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกระตุ้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เช่น สื่อท้องถิ่น นักธุรกิจ หรือผู้มีความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ รวมทั้งธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนเข้าร่วมโครงการและร่วมกันคิดที่จะนำเสนอประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยว

(2) ส่งเสริมให้มีการตั้งกลุ่มของวิทยากร เพื่อนำไปสู่การสร้างเครือข่ายและจัดทำเว็บไซต์ที่ดี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้วิทยากรจัดกิจกรรมการเฉลิมฉลองหรือประเพณีท้องถิ่นต่างๆ เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเชิงปฏิบัติการของวิทยากรได้

(3) จัดตั้งเครือข่ายที่ไม่แสวงหาผลกำไรของชุมชนสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน อย่างไรก็ตามในการเริ่มต้นของเครือข่ายอาจจะต้องใช้เงินทุนเพื่อนสนับสนุนการดำเนินงาน จึงจำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนที่จะจัดทำงบประมาณดำเนินการมาให้ ซึ่งอาจจะมาจากองค์กรส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่ต้องการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนนั้นๆ

(4) ลดการใช้คำว่าการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในรูปแบบนี้ เพราะคนทั่วไปมักมองว่าการท่องเที่ยวคือการแสวงหาผลกำไร จึงทำให้การแสวงหาเงินทุนอาจทำได้ยาก จึงควรเน้นการส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้มาเยือนมากกว่าประเด็นการท่องเที่ยว

(5) ควรกำหนดไว้เป็นแนวคิดว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการนั้นเป็นลูกค้าของวิทยากร และในขณะเดียวกันวิทยากรก็เป็นลูกค้าของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

จากที่กล่าวมาจะพบว่า รูปแบบเชิงพาณิชย์เป็นรูปแบบที่มุ่งเน้นผลทางธุรกิจเป็นหลัก โดยเป้าหมายของธุรกิจนั้นต้องสร้างความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น แต่รูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน เป็นการร่วมมือผลักดันของคนในชุมชนที่จะจับมือกันเพื่อสร้างเครือข่ายความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน แล้วเสนอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยไม่ได้แสวงหาผลกำไรโดยตรง แต่เป็นการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวให้ชุมชนโดยอ้อม ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความต้องการของชุมชนที่ดำเนินการเป็นเครือข่ายผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชัดเจนมากกว่ารูปแบบเชิงพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ รูปแบบเชิงพาณิชย์ (Commercial Tourism Model) ซึ่งเป็นธุรกิจที่ดำเนินการทางด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้ว และต้องการพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน (Community Network Model) คือรูปแบบของชุมชนที่ต้องการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยว โดยเกิดแรงจากแรงบันดาลใจจากคนชุมชนนั่นเอง

จากแนวคิดที่ได้กล่าวมาในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์ และสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนอย่างใกล้ชิด ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีประสบการณ์จริงและมีโอกาสใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองอย่างเต็มที่และมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้

นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจ ความรัก ความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยว และชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นๆ (วิยะดา เสรีวิชยสวัสดิ์, 2544)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ต้องการมาท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน อีกทั้งมีประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อสร้างความผูกพันกับวัฒนธรรมท้องถิ่นตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

แพรวโพยม พัวเจริญ (2554) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความต้องการในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวเนื่องกับมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชอยู่ในระดับมาก คณะหมอเพลงโคราชและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็สามารถที่จะสร้างสรรค์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับเพลงโคราชตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งมีดังนี้ 1) การจัดแสดงพิพิธภัณฑ์ที่เกี่ยวกับเพลงโคราช 2) มีบริการเช่าชุดเครื่องแต่งกายของเพลงโคราชเพื่อให้นักท่องเที่ยวสวมใส่และได้ถ่ายภาพเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึก 3) การแข่งขันประกวดร้องเพลงโคราช 4) จัดให้มีเพลงโคราชเข้ามาอยู่ในแพคเก็จทางการท่องเที่ยว 5) นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการแสดงเพลงโคราช 6) นักท่องเที่ยวได้ฝึกร้องเพลงโคราช 7) จัดให้มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับเพลงโคราช 8) จัดทำรูปแบบเกมส์ที่เกี่ยวข้องกับเพลงโคราชเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก 9) จัดให้มีการนำเพลงโคราชเข้ามามีส่วนร่วมในการประชุมสัมมนา 10) จัดให้มีกิจกรรมการเยี่ยมบ้านหมอเพลงโคราช

กันตภณ แก้วสง่า (2556) ศึกษาเรื่อง “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย มีการค้นหาองค์ความรู้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งในด้านของแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ความรู้ที่พบ 4 ด้าน คือ 1) ความโดดเด่นหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อำเภอพิมายมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ปราสาทหินพิมาย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมอาณาจักรขอมโบราณที่มีความเก่าแก่ ซึ่งมีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาที่นี่ได้ 2) ระดับความนิยมของแหล่งท่องเที่ยว 3) แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอพิมายที่ได้รับความนิยมน้อย แต่มีความน่าสนใจ และสามารถส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในอนาคตได้ เช่น การทำเส้นหมี่และการผัดหมี่พิมายที่นักท่องเที่ยวอาจจะเข้าใจว่าเส้นหมี่มีความเหมือนกันในทุกอำเภอ แต่ความจริงแล้วมีความแตกต่างกันไว้ว่าจะเป็นรสชาติ หรือขั้นตอนการผลิต 4)การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

การท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งพบว่า ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวน้อย อย่างไรก็ตามชุมชนจะมีส่วนร่วมก็ต่อเมื่อการประกวด หรือเทศกาลต่างๆ ของจังหวัดเท่านั้น

อาทิตยาพร อรุณพิพัฒนพงศ์ (2554) ศึกษาเรื่อง “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม” พบว่า จากการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ ด้านกายภาพของพื้นที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการทางการท่องเที่ยว ด้านความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยว และด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ชนเผ่าที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ชนเผ่าไทยโส้ รองลงมาคือชนเผ่าผู้ไทย และชนเผ่าที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ ชนเผาไทยกะเลิง จากผลการศึกษาดังกล่าวจึงทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ซึ่งประกอบด้วย 4 แผนงานหลัก คือ 1) การอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ 2) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ 4) การสร้างความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จิตราพร อุนสุวรรณ (2552) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนสถานที่พักแรมในรูปแบบโฮมสเตย์ บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำอัมพวา เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการคือได้ใกล้ชิดและสัมผัสธรรมชาติ เนื่องจากโฮมสเตย์มีจุดเด่นที่น่าสนใจได้แก่ มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีการบริการที่เป็นกันเองของเจ้าของบ้านพัก และมีกิจกรรมนำเที่ยวที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวบางส่วนก็ไม่สามารถหาที่พักบริเวณตลาดน้ำอัมพวาได้ เพราะมีสถานที่มีห้องพักไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เต็มใจจะจ่ายค่าพักห้องเพิ่ม หากสถานที่พักแรมติดริมน้ำ

ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์ (2553) ศึกษาเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำยามเย็นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตชุมชน ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มจาการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวบ้านสวนเดิมที่มีการผลิตสินค้าในภาคเกษตรเป็นหลักปรับเปลี่ยนไปสู่ธุรกิจที่ตอบสนองการท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งยังมีนายทุนมาเข้าครอบครองและใช้พื้นที่ ทำให้คนในชุมชนไม่สามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้สูงสุด อย่างไรก็ตามชุมชนอัมพวาให้ความสนใจกับปัญหาที่มีผลมาจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพยายามจะแก้ไขปัญหากันอย่างเต็มที่ แต่การดำเนินงานจะสำเร็จไป

ด้วยดีนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชน ภาครัฐ รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้ชุมชนได้แสดงศักยภาพ ด้านศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเติบโตไปพร้อมกันเศรษฐกิจชุมชน โดยที่ชุมชนยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของชุมชนไว้ได้อย่างยั่งยืน

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ งานวิจัยเล่มนี้ต้องการศึกษาจากองค์ประกอบของจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสร้างกรอบการทำวิจัยต่อไป

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมจากทฤษฎี แนวคิด และการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยหัวข้อการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะอธิบายในประเด็นเกี่ยวกับนิยามศัพท์ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประวัติของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ระดับของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และรูปแบบของการสื่อสาร ตามลำดับ เพื่อนำไปสร้างกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีในการทำวิจัย

2.2.1 ความหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การจากประชุมขององค์การยูเนสโก ณ กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย ปี ค.ศ. 1977 ได้กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 3 ประการ ดังนี้ (Jan Servaes et al., 1996, p. 18)

1) การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน รวมถึงประชาชนมีสิทธิในการเลือกรับชมหรือฟังรายต่างๆ ตลอดจนประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองหรือชุมชน อีกทั้งต้องมีช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่อรายการอีกด้วย

2) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกระดับนั่นเอง กล่าวคือ ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิตรายการ การบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสารภายในชุมชน

3) การจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของประชาชนในชุมชน ที่มีอำนาจและสิทธิในการตัดสินใจ ตั้งแต่การเริ่มกำหนดนโยบาย การวางแผน การลงทุน เป็นต้น องค์การยูเนสโก กล่าวว่าการจัดการด้วยตนเองถือเป็นการมีส่วนร่วมที่สำคัญ ต้องมีการกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อและการมีส่วนร่วมในการสื่อสารมีความเป็นไปได้มากและสามารถทำได้ง่ายกว่า

White et al. (1994 อ้างถึงใน สุนีย์ หนูสง, 2549) กล่าวว่า หัวใจที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการคิดร่วมกัน ฟังร่วมกัน และเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น อีกทั้งยังต้องตระหนักในสิทธิและหน้าที่สมาชิกในชุมชน ร่วมกันวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกัน เพื่อค้นหาแนวทางและก่อให้เกิดการตัดสินใจร่วมกัน โดยอาศัยพื้นฐานข้อมูลที่สมบูรณ์ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะนำไปสู่สำนึกเชิงสาธารณะร่วมกัน (Public Concretization) และเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน (Learning Process) ระหว่างสมาชิกในสังคม เพื่อเกิดการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เหมาะสม ตลอดจนเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม

Mighton (2006) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ว่าเป็นกระบวนการที่มีความเกี่ยวข้องในการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร รวมถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลในช่องทางการสื่อสาร การมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม มีอิสระในการวินิจฉัยและโต้แย้ง

Cohen and Uphoff (1977 อ้างถึงใน สุนีย์ หนูสง, 2549) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบคือ

1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประชาชนควรมีส่วนร่วมในการริเริ่ม ตัดสินใจดำเนินการตัดสินใจ และอยู่ในการตัดสินใจปฏิบัติการ

2) การมีส่วนร่วมปฏิบัติการ เช่น การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร การประสานความร่วมมือ

3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ในด้านวัตถุ สังคม และส่วนบุคคล

4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2542) กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคม คือ กระบวนการตอบโต้ของสมาชิกในสังคมโดยคำนึงถึงการเท่าเทียมกันของบุคคล ได้แก่ ปรัชญาและแนวคิดด้านประชาธิปไตยในการสื่อสาร กล่าวคือคนในสังคมต้องมีสิทธิและเสียงในการแสดงความคิดเห็น โอกาสในการรับรู้ และการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การตระหนักในหน้าที่ของตน รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

ซึ่งปรัชญาการสื่อสารเชิงประชาธิปไตย จะนำไปสู่การเพิ่มพลังให้กับสมาชิกในสังคม โดนประชาชนจะรู้สึกเป็นเจ้าของหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ทำร่วมกัน ตลอดจนมีส่วนร่วมในการดำเนินการเอาใจใส่ดูแล และตรวจสอบโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ชลลดา กิจรื่นภิรมย์สุข (2548) กล่าวว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึงแนวคิดที่มุ่งเน้นให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วม โดยผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการระดมความคิด การแลกเปลี่ยน การตัดสินใจ การวางแผน และร่วมกันทำงาน อีกทั้งยังมีการตรวจสอบหรือประเมินผลการดำเนินการเพื่อทำให้เกิดการพัฒนา หรือเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นภายในชุมชน

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ผ่านรูปแบบต่างๆ โดยก่อให้เกิดการระดมความคิดและการฟังร่วมกัน รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนการเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น จนเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของคนสังคม นอกจากนี้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมประกอบไปด้วย 3 ประการหลัก ดังนี้ ประการแรก คือการเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง ประชาชนต้องสิทธิในการใช้สื่อนั้นๆ เช่นการรับชม รับฟัง อีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นได้อีกด้วย ประการที่สอง คือการมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง ประชาชนสามารถมีส่วนในทุกระดับ ตั้งแต่การวางแผน จนถึงการประเมินผล ประการสุดท้าย คือการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) หมายถึง ประชาชนสามารถตัดสินใจและลงมือกระทำด้วยตนเอง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสังคมที่ดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน

2.2.2 ประวัติของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ต้นกำเนิดของแนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วม" เกิดขึ้นจากการเริ่มต้นในยุคสมัยของกรีก ผู้ที่เป็น "พลเมือง (Citizen)" ของรัฐกรีกสามารถมีส่วนร่วมแบบโดยตรง (Direct Participation) ในการตัดสินประเด็นสาธารณะได้ทุกเรื่อง (Public Issues) ไม่ว่าจะเป็นการเปิดการอภิปราย ชี้แจงให้ข้อมูล และการตัดสินใจออกเสียงลงคะแนน ที่เรียกว่า "ประชาธิปไตย" แต่เมื่อสังคมมีขนาดใหญ่ขึ้น รูปแบบของประชาธิปไตยโดยตรงจึงเป็นไปได้ยาก ก่อให้เกิดรูปแบบของ "ประชาธิปไตยผ่านตัวแทน" หมายถึง บุคคลส่วนใหญ่จะเลือกตัวแทนของตนไปดำเนินการตัดสินใจในประเด็นสาธารณะ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

หลังจากนั้นประชาธิปไตยแบบผ่านตัวแทนก็ก่อให้เกิดปัญหามากมาย เช่น เมื่อประชาชนเลือกตัวแทนไปทำการตัดสินใจทุกเรื่องภายในระยะเวลาที่กำหนด แต่ตัวแทนไม่สามารถตัดสินใจแทนประชาชนได้หมดทุกเรื่อง อีกทั้งประชาชนยังขาดการควบคุมตัวแทนของตนเอง จึงทำให้เกิด

การพัฒนารูปแบบที่ซับซ้อนขึ้น เช่น การจัดตั้งพรรคการเมือง นอกจากนี้การตัดสินใจของผู้แทนประชาชนก็ถูกผลักดันจากพลังอื่นๆ เช่นนโยบายพรรค แทนที่จะเป็นไปตามความต้องการของประชาชน จึงทำให้เกิดคำถามขึ้นในยุคสมัยนั้นว่า ประชาธิปไตยแบบตัวแทนเหมาะสมหรือไม่สำหรับการปกครองประชาธิปไตย ซึ่งคำตอบที่ได้ก็คือไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอ จึงทำให้เกิดประชาธิปไตยทางตรงขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง จะเห็นได้ว่า การสื่อสารเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการเอื้อให้เกิดประชาธิปไตยแบบทางตรงควบคู่ไปกับประชาธิปไตยผ่านตัวแทน ซึ่งรูปแบบการสื่อสารที่ทำหน้าที่ดังกล่าวได้ ต้องเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเช่นกัน (ภาณุพงศ์ ภูโต, 2551)

การสื่อสาร เป็นบทบาทที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม บุคคลในวงการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ชี้ให้เห็นว่า แนวคิดในการสื่อสารเพื่อพัฒนาสังคมได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบของการสื่อสารไปจากเดิม เนื่องจากการสื่อสารภายใต้กระบวนทัศน์หลักแห่งความทันสมัยนิยม (Modernization Paradigm) เป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง หรือการสื่อสารจากผู้มีอำนาจในสังคมลงไปสู่ประชาชน นำไปสู่การสื่อสารแบบใหม่ภายใต้กระบวนทัศน์แบบทางเลือก (Alternative Paradiagm) เพื่อให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยให้ความสำคัญกับการสนทนาโต้ตอบกันในลักษณะการปรึกษาหารือ เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้หันหน้าเจรจากัน เพื่อทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารเบื้องต้น หลักการ และแนวทางที่หลากหลายสำหรับการตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับสังคมของตน(ปาริชาต สถาปิตานนท์, 2542)

นอกจากนี้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่สะท้อนความเป็นอิสระและความเท่าเทียมกัน ซึ่งจะเกิดขึ้นจากโอกาสที่บุคคลสามารถเข้าถึงชุมชน ได้แสดงมุมมอง ความรู้สึก และประสบการณ์ของตนเอง เพื่อให้บุคคลอื่นตัดสินใจลงมือทำในเรื่องนั้นๆ เพื่อร่วมมือกันแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น (Bordenave, 1994) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องการอาศัยการเข้าร่วม (Involvement) จากประชาชน โดยเกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน รวมถึงการสื่อสารผ่านสื่อประเพณี ตลอดจนต้องมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Trust) เพื่อเป็นพื้นฐานสำคัญในกระบวนการสื่อสารและการพัฒนา (Jacobson, 1994 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549)

องค์การ UNESCO ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการ "สื่อ" ประเภทต่างๆ โดยชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวกับภารกิจสำคัญ 3 ประการ ประการแรกคือ การเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆ ประการที่สอง คือ การมีส่วนร่วมในระบบการ

สื่อสาร และประการสุดท้าย คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจระดับต่างๆ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2542) อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาในบริบทของสังคมไทย การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการฝึกสมาชิกในสังคมให้เกิดกระบวนการคิดร่วมกัน กระบวนการฟังร่วมกัน รวมถึงเคารพในความคิดของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตน ร่วมวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ตลอดจนร่วมกันค้นหาแนวทางและการตัดสินใจร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2542)

ตัวอย่างงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยสงกรานต์ เขื่อนธนะ (2556) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว้า จังหวัดน่าน” พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว้า จังหวัดน่าน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในพื้นที่เชิงนิเวศธรรมชาติเป็นอย่างมาก ในส่วนของกิจกรรมก็สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกคนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว และมีความรับผิดชอบในการร่วมรักษา

อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธิติรัฐ ธรรมจง (2553) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียณ จังหวัดราชบุรี” พบว่า การจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยการจัดตั้ง “ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” ขึ้น เพื่อต้องการขยายขอบเขตการมีส่วนร่วมจากกลุ่มบุคคลให้มีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มโรงเรียน กลุ่มวัด และกลุ่มเจ้าของสวน เป็นต้น

งานวิจัยของ ปิ่นปินัทธ์ สัทธรรมนุวงศ์ (2557) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : โครงการตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี” พบว่า การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ 1) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในเครือข่าย ได้แก่เทศบาลตำบลอ่างศิลา มีนโยบายให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การคิด การวางแผน โดยเชิญทุกๆ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาประชุมปรึกษากันก่อน ก่อนที่จะเปิดการท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรม ในการประชุมแบบมีส่วนร่วมจะต้องมีการประชุมอย่างน้อย 3 ครั้ง คือขั้นเตรียมการ ตามงาน และก่อนจะจัดงาน 2) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปแบบของกิจกรรม ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ และสามารถนำการประเมินของนักท่องเที่ยวมาพัฒนาการท่องเที่ยวได้

รายงานผลการวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการขยะและเทคโนโลยีที่เหมาะสมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษา อบต.ไร่ส้ม จ.เพชรบุรี” (อัจฉรา อัศวรุจิกุลชัย และคณะ, ม.ป.ป.) พบว่า รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอย มีการคัดแยกประเภทขยะมูลฝอย รวมถึงมีการเก็บและขนขยะทุก 2 วัน ซึ่งวิธีการสร้างเครือข่ายคัดแยกขยะจะใช้วิธีการบอกปากต่อปาก การพัฒนาการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการสร้างเครือข่ายการคัดแยกขยะอย่างสม่ำเสมอ มีหน้าที่ในการให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการขยะชุมชน รณรงค์ให้คนในชุมชนแยกขยะจนเป็นนิสัย เปิดโอกาสทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอย ทางบวก คือการแยกขยะ ขวดน้ำพลาสติก และกระดาษทุกชนิด ส่วนทางลบคือมีการทิ้งขยะทุกชนิดลงบนพื้นถนน แหล่งน้ำและที่สาธารณะ และมีการเทน้ำมันที่ใช้แล้วทิ้งลงในถังขยะและบนดิน ขาดจิตสำนึกในหน้าที่ที่ต้องมีการแยกประเภทขยะมูลฝอยสำหรับการเลือกใช้เทคโนโลยีในการจัดการขยะมูลฝอย มีการใช้เครื่องสับย่อยสลายขยะเปียกและขยะแห้ง

จันทร์เพ็ญ มีนคร (2554) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนตำบลบางนางลี่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” พบว่าในภาพรวมระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการจัดการขยะ อยู่ในระดับปานกลาง คือการนำถุงผ้าหรือภาชนะอื่นไปตลาดเพื่อใส่ของแทนการใส่ถุงพลาสติก แต่ไม่มีมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมหรือโครงการ ทั้งนี้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอยอยู่ในระดับดีมาก มีการคัดแยกขยะมูลฝอยทำให้สามารถวางแผนในการกำจัดมูลฝอยครั้งสุดท้ายได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมถึงยังมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์หรือชักชวนให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการ ซึ่งดูได้จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการที่ทางตำบลบางลี่เป็นผู้กำหนด เช่นกิจกรรมโครงการจัดรถคัดแยกขยะออกให้บริการ กิจกรรมรณรงค์ทิ้งขยะให้เป็นที่ กิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะด้วยวิธีต่างๆ โดยประชาชนจะมีโอกาสในการเข้าไปร่วมขั้นตอนการค้นหาปัญหา และการกำหนดแนวทางแก้ไข

ปรียาภรณ์ เนียมนก และวศิน เหลี่ยมปรีชา (2555) ศึกษาเรื่อง “การรวมกลุ่มของชุมชนนักปฏิบัติเพื่อการสร้างรูปแบบทางการตลาดที่ยั่งยืนผ่านทฤษฎีกิจกรรม : กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา” พบว่า รูปแบบการตลาดยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา คือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจากการนำสิ่งที่มีคุณค่าในท้องถิ่นสร้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนตามวิถีชีวิตประจำวันโดยสร้างความแตกต่างให้เปิดเป็นตลาดน้ำยามเย็นในวันศุกร์ถึงวันอาทิตย์เท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน และเกิดเศรษฐกิจที่ดีโดยการคำนึงถึงสังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ชุมชนนักปฏิบัติของตลาดน้ำอัมพวามีการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการเพื่อแบ่งปันความรู้

ในการสร้างตลาดน้ำอัมพวา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจากการใช้ชีวิตประจำวันที่ปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบันเพื่อพัฒนาตลาดให้เกิดความยั่งยืน อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับตลาดน้ำ โดยการเลือกบริการของเจ้าของธุรกิจที่เอื้อผลประโยชน์กับชุมชนโดยตรง

สำหรับแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมในด้านของการสื่อสาร-การท่องเที่ยวนั้นมีความซับซ้อนในมุมมองที่หลากหลาย เริ่มตั้งแต่แนวคิดการมีส่วนร่วมเองก็มีความซับซ้อนตั้งแต่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง กล่าวคือ จะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมไม่แท้จริง หมายถึง การ่วมลงแรงในการทำโครงการ ร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของอื่นๆ หรือร่วมบำรุงรักษา โดยไม่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งในที่นี้มีเกณฑ์ในการแยกแยะการมีส่วนร่วมทั้ง 2 รูปแบบที่กล่าวมาในข้างต้น นั้นก็คือ “พลังอำนาจในการมีส่วนร่วม”นั่นเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)

จากที่กล่าวมา นอกจากจะกล่าวถึงแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมแล้ว ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ “กระบวนทัศน์เรื่องการท่องเที่ยว” ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ (2557) ได้จำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ กระบวนทัศน์การท่องเที่ยวกระแสหลัก และกระบวนทัศน์การท่องเที่ยวแบบทางเลือก ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1) กระบวนทัศน์การท่องเที่ยวกระแสหลัก หมายถึง หน่วยงาน / กลุ่ม / องค์กรจากภายนอก จะเป็นเจ้าภาพหรือเจ้าของการท่องเที่ยว ดังนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงมีหน้าที่เป็นเพียงแขกรับเชิญ หรืออย่างมากที่สุดก็คือเป็นเจ้าภาพร่วม นั่นเอง

2) กระบวนทัศน์การท่องเที่ยวแบบทางเลือก ชุมชนจะมีบทบาทหลักคือเป็นเจ้าภาพหลัก โดยมีกลุ่ม / องค์กร / หน่วยงานอื่นๆ เป็นแขกรับเชิญ หรือเจ้าภาพสมทบ ซึ่งการท่องเที่ยวแบบทางเลือก การมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะเจ้าภาพก็จะมีได้อย่างเต็มที่

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา ภูเสตว์ (2553) ศึกษาเกี่ยวกับ “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” พบว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ด้านการท่องเที่ยว กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสาร (เช่น การประชาสัมพันธ์) ก็ต้องปรับเปลี่ยนด้วย การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวกระเสหลักสามารถโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้เพียงอย่างเดียว แต่การสื่อสารการประชาสัมพันธ์แบบทางเลือกสามารถทำให้แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็นที่รู้จัก และทำให้คนมาท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งการมีส่วนร่วมในชุมชนทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากร และนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืนได้ โดยกลยุทธ์การสื่อสารหลักสำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การ

เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมและเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้เครือข่ายการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม องค์กร หรือชุมชนท้องถิ่น การใช้สื่อบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงการนำกลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรัก และภาคภูมิใจในชุมชนของตน เพื่อก่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

งานวิจัยของ รัตน์สุดา ทองเจิม (2549) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เวียงกุมกาม” ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้โดดเด่นเรื่องการวัดตัวแปรในระดับการมีส่วนร่วม ซึ่งวัดในหลายมิติ คือ 1) การให้ประชาชนเข้าร่วมในการวางแผน หรือกระบวนการตัดสินใจ โดยใช้การโน้มน้าวในการเปลี่ยนทัศนคติของคน 2) การให้การศึกษา เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ 3) การรับฟังความคิดเห็นของประชาชน 4) การปรึกษาร่วมมือกันทั้งฝ่ายรัฐ เอกชน และประชาชน 5) ประชาชนที่เป็นตัวแทนในคณะกรรมการมีสิทธิในการตัดสินใจ 6) การมอบหมายหน้าที่ให้กับประชาชนหรือหน่วยงานท้องถิ่น มีความชำนาญในเรื่องนั้นๆ 7) การให้ประชาชนตัดสินใจเอง ซึ่งสรุปได้ว่าชุมชนเวียงพุกามมีแบบอย่างของผู้มีส่วนร่วม 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) ผู้กระทำการ หมายถึง บุคคลที่ก่อให้เกิดการพัฒนากิจกรรมนั้นๆ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน 2) เป็นผู้รับผลการกระทำ คือได้รับผลจากกิจกรรมโดยตรง เช่น พ่อค้าแม่ค้า มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น 3) เป็นสาธารณทั่วไป คือประชาชนทั่วไปที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง แต่มีส่วนสำคัญต่อการร่วมกิจกรรม เช่นประชาชนในเวียงพุกามมีความสำคัญ แต่ไม่ได้มีส่วนร่วมโดยตรงในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และบริหารงานประชาสัมพันธ์

2.2.3 **หลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม**

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีหลักการสำคัญ 7 ประการ คือ

2.2.3.1 ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (Various Participants) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่เน้นรับฟังความคิดเห็น และการยอมรับความคิดเห็นของบุคคลอื่น กล่าวคือเป็นการฟัง “เสียง” ของบุคคลที่หลากหลาย (Grey-Felger, 2001) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงให้ความสำคัญทางด้านความหลากหลายของผู้เข้าร่วมเป็นหลัก ยิ่งบุคคลมีความหลากหลายในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอายุ วรรณะ ประสบการณ์ หน้าที่การงาน ความหลากหลายนั้นจะส่งผลให้เสียงของประชาชนดังขึ้น อีกทั้งยังสะท้อนความต้องการต่างๆ ร่วมกันได้ชัดเจนขึ้น โดยกิจกรรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ อาทิ การประชุม การเสวนา หรือการจัดกิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ ที่เน้นความหลากหลายของผู้เข้าร่วม ต้องดำเนินการบนพื้นฐานของ “ความสมัครใจ” ไม่ใช่

การบังคับบุคคลเหล่านั้นให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งการกระทำดังกล่าว คาดว่าจะส่ง “ผล” ให้การพัฒนา เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัศรินทร์ นนทิหทัย (2551) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของเยาวชนเพื่อการพัฒนารายการโทรทัศน์ TK Teen” พบว่า เยาวชนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนารายการโทรทัศน์ TK Teen นั้น เป็นเยาวชนที่มีความสนใจด้านสื่อโทรทัศน์ โดยทราบข่าวการประกาศรับสมัครผ่านทางสื่อรายการโทรทัศน์ TK เองและจากการบอกกล่าวของคนรู้จัก ซึ่งเยาวชนเหล่านี้ต้องการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์ TK Teen ทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง โดยเยาวชน TK มีความหลากหลายทั้งอายุ ซึ่งประกอบด้วย เยาวชนอายุระหว่าง 15-25 ปี และพื้นฐานการศึกษาที่เยาวชนส่วนใหญ่ไม่ได้ศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรงและไม่มีประสบการณ์ทางด้านสื่อโทรทัศน์มาก่อน

2.2.3.2 การเข้าถึงสื่อ (Media Accessibility) พัฒนาจากทฤษฎีสื่อสารมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย (Democratic Participatory Media Theory) ซึ่งจะเน้นย้ำให้เห็นว่า บุคคลมีสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อประเภทต่างๆ นอกจากนี้ยังมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็น รวมถึงการมีสิทธิในการใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะ การเข้าถึงสื่อประกอบไปด้วย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549)

1) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค หมายถึง บุคคลมีโอกาสในการใช้สื่อในฐานะ “ผู้ฟัง” กล่าวคือ บุคคลสามารถเลือกบริโภคสื่อได้จากรูปแบบของรายการที่หลากหลาย และมีช่องทางในการสะท้อน ปฏิกิริยาของตนสู่ผู้ผลิต

2) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้ผลิต หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสเข้าร่วมในเชิงกระบวนการผลิต อาทิ การเข้าร่วมเป็นแขกในรายการ การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว และการมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นในการนำเสนอ เป็นต้น

3) การเข้าถึงสื่อในฐานะเป็นผู้บริการสื่อ หมายถึง การที่บุคคลได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบการตัดสินใจต่างๆ ในองค์กรด้านสื่อ อาทิ การกำหนดเนื้อหา และรูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลา และวางระบบบริหาร ระบบงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและนโยบายต่างๆ การกำหนดแนวทางในการจัดการและวิธีแสวงหาแหล่งทุน ตลอดจนการกำหนดแผนการสื่อสารต่างๆ ทั้งในระดับชุมชน ภูมิภาค และระดับชาติ

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรี บุญเจือ และกีรติ บุญเจือ (2558) ศึกษาเรื่อง “คนพิการกับการเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อสารด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต : การศึกษาเชิงวิเคราะห์ วิจักษ์ และวิธาน” พบว่า การส่งเสริมเทคโนโลยี

สื่อสารช่วยให้คนพิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่คนพิการผ่านการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารเพื่อเพิ่มศักยภาพคนพิการ คือ เทคโนโลยีต้องใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพคนพิการในการพัฒนาคุณภาพชีวิตภายใต้กรอบความคิดด้านการส่งเสริมมนุษยนิยมเพื่อให้มีความเท่าเทียมกันแก่คนพิการ และการบังคับใช้กฎหมายเท่าที่จำเป็น โดยเน้นการมีกิจกรรมสังคมที่เป็นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาคุณภาพสังคมที่ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาดา แสงดวงดี, เยาวภา บัวเวช, และมาริษา สุจิตวนิช (2557) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนแนวคิดการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐม ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” พบว่ารูปแบบเครือข่ายการสื่อสารภายในและภายนอกกลุ่มฯ โดยผ่านสื่อและกิจกรรมที่หลากหลาย ส่งต่อผลการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติในจังหวัดนครปฐม ซึ่งสื่อที่ใช้แบ่งได้เป็น 6 ประเภทคือ 1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำโดยบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐ 2) สื่อบุคคล 3) การจัดหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยใช้พาวเวอร์พ้อย เอกสารประกอบการบรรยาย 4) การร่วมกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและสื่อ โดยร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมใช้และร่วมประเมินผลจากการใช้สื่อ 5) การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างสมาชิกและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ 6) การสร้างเครือข่ายการสื่อสารภายในกลุ่ม

2.2.3.3 ความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ (Human Potential) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการเริ่มกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่ง White (1994) กล่าวว่าบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาหนึ่งๆ จำเป็นต้องมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับศักยภาพของบุคคลกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะความเชื่อมั่นว่า ทุกคนมีความสามารถเชิงสติปัญญา และความสามารถในการสื่อสารในการจัดการวิถีชีวิตของตนอย่างเป็นอิสระ นอกจากนี้ Singhal (2001) ได้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะไม่เกิดขึ้น หากบุคคลที่เกี่ยวข้องไม่มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ ในทางกลับกัน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะสามารถเริ่มต้นได้อย่างดี หากบุคคลที่เกี่ยวข้องคำนึงเสมอว่า “ทุกคนมีสิทธิ หน้าที่ในการกำกับ ดูแล และติดตาม กระบวนการตัดสินใจในประเด็นสาธารณะต่างๆ อย่างใกล้ชิด ตลอดจนร่วมรับผลต่างๆ ที่สืบเนื่องจากการตัดสินใจเหล่านั้น”

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑา จันทมาศ, เยาวนิจ กิตติธรกุล, และผจงศิลป์ เพิงมาก (2550) ศึกษาเรื่อง “ผู้หญิงในกลุ่มพัฒนาชุมชนกับการจัดการสิ่งแวดล้อม :

กรณีศึกษาชุมชนตะโหมด ตำบลตะโหมด อำเภอตะโหมด จังหวัดพัทลุง" พบว่า ผู้หญิงกลุ่มพัฒนาชุมชนตะโหมดมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อมของชุมชน 2 รูปแบบคือ 1) การจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 2) การจัดการสิ่งแวดล้อมทางสังคม โดยศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้หญิงในการจัดงานประเพณีสงกรานต์ย้อนชีวิต พบว่า ผู้หญิงอายุ 25-40 ปี มีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อมทางด้านกายภาพในการเดินป่า และจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ส่วนผู้หญิงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีส่วนร่วมในการต้อนรับ และจัดทำอาหาร นอกจากนี้ยังมีปัจจัยในกระบวนการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้หญิง คือ การได้รับการยอมรับของคนในครอบครัวและชุมชน โดยผู้หญิงต้องรับผิดชอบการทำงานภายในบ้าน และการทำงานเชิงเศรษฐกิจให้เรียบร้อยเข้าร่วมการจัดการสิ่งแวดล้อมของชุมชน

2.2.3.4 ความโดดเด่นของสาร (Salient Messages) มักจะเป็นประเด็นที่มีลักษณะ Liberative Content คือ ประเด็นที่มีเนื้อหาสาระสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน หรือการตอบสนองความต้องการของชุมชน หรือการเป็นประเด็นที่ชุมชนสามารถนำเนื้อหาสาระดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) นอกจากนี้การทำให้สมาชิกในชุมชนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ มีความผูกพัน ตลอดจนมีความเกี่ยวพันกับผลประโยชน์และผลกระทบที่เกิดขึ้นภายหลัง จะทำให้บุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมมีความจริงจังมากขึ้น (Grey-Felder, 2001)

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทิน สนองผัน (2550) ศึกษาเรื่อง "การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในชุมชนชาวกะเหรี่ยง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี" พบว่า การที่ชาวกระเหรี่ยงได้มาจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ชาวกระเหรี่ยงเกิดความตระหนักว่าการยอมรับซึ่งกับและเป็นสิ่งจำเป็น และร่วมมือกันเฝ้าระวังภัยคุกคาม รวมถึงการเฝ้าระวังผลประโยชน์ของชุมชนร่วมกัน เช่น การปกป้องที่ดินจากการกว๊านซื้อที่ดินเพื่อทำรีสอร์ทหรือเพื่อธุรกิจ ซึ่งทำให้คนในท้องถิ่นเสียผลประโยชน์ โดยการร่วมมือกันทำกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ทำให้ชาวกระเหรี่ยงมีแรงจูงใจในการแสวงหาการพัฒนาอาชีพ และนำทุนทางสังคมที่อยู่มาเปลี่ยนสินทรัพย์ให้เป็นทุน เพื่อให้ชาวกระเหรี่ยงสามารถผนึกกำลังพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร คำนูญวัฒน์, วาสนา จันทรสว่าง, มณฑา โมพี (2547) ศึกษาเรื่อง "การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารที่สนองตอบความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน" พบว่า ปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารมีความยั่งยืน ประกอบด้วย การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในงาน การมีส่วนร่วมควรเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็น การร่วมบริหารจัดการ การร่วมในการกระจายเสียง ตั้งแต่เริ่มฟังไปจนถึงการ

ประเมินผลการปฏิบัติงาน จะเห็นได้ว่าการที่คนในชุมชนมีโอกาสในการเข้าร่วมมากเท่าไหร่ ก็จะทำให้คนในชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของมากตามไปด้วย เมื่อคนในชุมชนรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของ ก็จะส่งผลให้เกิดความเอาใจใส่ การติดตามฟัง ตลอดจนนำไปสู่การดูแลรักษาของชุมชนอีกด้วย

2.2.3.5 การปรึกษาหารือ (Dialogue) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ในทิศทางแบบแนวระนาบ (Horizontal Communication) กล่าวคือเป็นกระบวนการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มุมมอง และทัศนะต่างๆ อย่างสมดุล อย่างไรก็ตามการดำเนินการดังกล่าวต้องอยู่บนพื้นฐานการเคารพความคิดของทุกฝ่าย

นอกจากนี้ Freire อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549) เน้นกระบวนการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะของบุคคล ซึ่งต้องมีกระบวนการสื่อสารแบบปรึกษาหารือในลักษณะเผชิญหน้ากัน (Face-To-Face Communication) อย่างไรก็ตามกระบวนการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะของบุคคลจะเกิดขึ้นได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับ “คู่สื่อสาร” หรือ “ผู้มีส่วนร่วม” ในรูปแบบการปรึกษาหารือ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน นอกจากนี้การสลับบทบาท (Role Shift) ในกระบวนการสื่อสารถือเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากบุคคลทุกฝ่าย จะผลัดกันทำหน้าที่ “ผู้ถาม” และ “ผู้ตอบ” บนพื้นฐานของสิทธิและความเท่าเทียมกันในการสื่อสาร

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษบา หินเธาว์ (2553) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีป่าชุมชน ตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์” พบว่า การปรึกษาหารือเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นกลไกสำคัญในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการจัดการป่าชุมชนในทิศทางที่พึงประสงค์ โดยการปรึกษาหารือที่พบในวิจัยชิ้นนี้เน้นการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันทุกระดับตั้งแต่การพูดคุยซึ่งไม่เป็นทางการไปจนถึงการจัดประชุม อีกทั้งรูปแบบการสื่อสารด้วยปรึกษาหารือได้แทรกอยู่ในทุกระยะของการจัดการป่าชุมชน โดยเริ่มต้นในรูปแบบของการล้อมวงที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ ความสำเร็จของการจัดการป่าชุมชนนั้นขึ้นอยู่กับการพัฒนาคน ให้เกิดการเรียนรู้วางแผนการดำเนินงานและเกิดความร่วมมือร่วมใจในการดูแลรักษาป่าชุมชน ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่ผู้นำชุมชนให้ความสำคัญกับตน โดยจัดกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วม

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเณริศา ชัยศุภมงคลลาภ (2552) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา” พบว่า ได้นำรูปแบบการสื่อสารแบบการปรึกษาหารือมาให้เพื่อสร้างสถานที่ที่ท่องเที่ยวใหม่ ซึ่งประกอบด้วยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ชาวบ้าน การจัดประชุมสร้างแนวคิดให้กับผู้นำชุมชน การจัดเวทีประชาคม

โดยการสื่อสารทั้งหมดเพื่อรวบรวมข้อมูล และสร้างแนวคิดในการสร้างชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

2.2.3.6 การสนับสนุน (Facilitation) กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนและการกำหนดบทบาทจากกลุ่มบุคคลหนึ่งที่ทำหน้าที่สนับสนุน เพื่อให้การมีส่วนร่วมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง กลุ่มผู้สนับสนุนแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงเวทีประชุมแบบเห็นหน้าตากัน
2) กลุ่มผู้สนับสนุนผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ
3) กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงโครงสร้างของระบบสังคม

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธรรม นันทมงคลชัย, อรุณศิริ เมฆพัฒน์, พิทยา จารุพูนผล, และโชคชัย หมั่นแสวงทรัพย์ (2646) ศึกษาเรื่อง “ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุในเขตชนบทจังหวัดนครสวรรค์” พบว่า แรงสนับสนุนทางสังคม การมีส่วนในกิจกรรมทางสังคม บุคลิกภาพ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของครอบครัวสามารถร่วมทำนายความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุได้ร้อยละ 58.2 และแรงสนับสนุนทางสังคมสามารถร่วมทำนายได้สูงสุด ซึ่งควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งในครอบครัวและสังคมมากยิ่งขึ้น

2.2.3.7 กระบวนการเชิงประชาธิปไตย (Democratic Process) การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญของกระบวนการประชาธิปไตย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนอุดมการณ์ การปรึกษาหารือ การพัฒนาความเข้าใจซึ่งกันและกัน การใช้วาทกรรม และการแสวงหาทางออกต่างๆ ร่วมกัน (Deetz, 1999) นอกจากนี้ Habermas ยังอธิบายไว้ว่า การปรึกษาหารือมีผลต่อการสร้างสรรค์ประชาธิปไตย เนื่องจากจะทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ต่างๆ บุคคลจะได้ฝึกฝนพัฒนาศักยภาพของตนเพื่อเข้าร่วมปฏิบัติการทางด้านการสื่อสาร (Communication Action) บนพื้นฐานของจริยธรรมที่เต็มไปด้วยหลักการประชาธิปไตย โดยให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (Mutual Understanding)

จะเห็นได้ว่า แนวคิดเรื่องปฏิบัติการสื่อสาร(Communication Action) ของ Habermas หมายถึง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั่นเอง เนื่องจาก เป็นการชี้ให้เห็นถึงการกระทำกิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งบุคคลสามารถพบปะกันได้อย่างอิสระผ่านช่องทางต่างๆ บนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นซึ่งกันและกัน (Storey & Jacobson, 2004)

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สลิลทิพย์ เชียงทอง (2558) ศึกษาเรื่อง “บทบาทขององค์กรชุมชนในการเสริมสร้างการเรียนรู้ประชาธิปไตยของสมาชิกชุมชน” พบว่า

สภาองค์กรชุมชนในตำบลที่ศึกษามีบทบาทในการเสริมการเรียนรู้ในเรื่องกระบวนการของประชาธิปไตยให้ให้แก่สมาชิกในชุมชน โดยเริ่มตั้งแต่การให้ประชาชนมีการกำหนดเป้าหมายเชิงการพัฒนาร่วมกัน กำหนดวิธีการทำงานร่วมกัน สร้างความเข้าใจและสร้างการยอมรับในหลักการประชาธิปไตยให้แก่ประชาชนในพื้นที่ โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการประชาธิปไตย โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมคิด เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางในการพัฒนาการเรียนรู้ในเรื่องประชาธิปไตยในชุมชน

ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาเกี่ยวกับหลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในประเด็นต่างๆ ดังนี้ ประเด็นแรกคือความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (Various Participants) ประเด็นที่สองคือการเข้าถึงสื่อ (Media Accessibility) ประเด็นที่ต่อมาคือความเชื่อมั่นในศักยภาพมนุษย์ (Human Potential) ความโดดเด่นของสาร (Salient Messages) การปรึกษาหารือ (Dialogue) การสนับสนุน (Facilitation) และประเด็นสุดท้ายคือกระบวนการเชิงประชาธิปไตย (Democratic Process) ตามลำดับ

2.2.4 เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) กล่าวว่าในระดับชุมชน เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีดังนี้

2.2.4.1 เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง อาทิเช่น การนำภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่

2.2.4.2 เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าของความคิดและความเชื่อของชาวบ้าน

2.2.4.3 เพื่อพิสูจน์ว่าชาวบ้านสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ หากได้รับการฝึกอบรมการผลิตสื่อ

2.2.4.4 เพื่อสอนทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อชุมชนจะได้มีช่องทางในการส่งข่าวสาร แสดงมุมมองและทัศนะของตนเอง

2.2.4.5 เพื่อทำให้ชุมชนสามารถแสดงความรู้สึก ปัญหา และวิธีการวิเคราะห์ปัญหา ตลอดจนการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน ดังนั้นสื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มขึ้น เพื่อให้สมดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิง

2.2.4.6 ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากริเริ่มบางส่วนในชุมชน หรือจะชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

2.2.4.7 เนื่องจากเนื้อหาของการสื่อสารของชุมชน จะเน้นเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตและคนในชุมชนเอง การใช้สื่อประเภทนี้จึงสามารถเพิ่มสัดส่วนให้แก่สื่อที่มีสาระสำหรับคนในชุมชน เพื่อให้สมดุลกับสื่อบันเทิงที่มีมากมายอย่างในปัจจุบัน

งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในมุมมองต่างๆ ซึ่งก่อให้เกิดเกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีแก่ชุมชน

2.2.5 ระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ได้แบ่งระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ 3 ระดับ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users) 2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง 3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ดังนี้

2.2.5.1 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users) เป็นกระบวนการสื่อสารในระดับแรก ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นปัญหา การเลือกวิธีการนำเสนอ การเลือกช่องทางการเผยแพร่ อย่างไรก็ตามในขั้นตอนนี้ ผู้รับสารจะมีฐานะเป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีการขยายแนวคิดให้ผู้รับสารตระหนักรู้ถึงสิทธิที่จะรู้ของตน (Right Know/ Right To Inform) รวมถึงสิทธิที่จะบอกเล่าข้อมูลของตนผ่านสาธารณะด้วย ตลอดจนสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร อาทิ มีช่องทางการสื่อสารอะไรบ้าง โอกาสในการเข้าถึงเป็นอย่างไร และข่าวสารนั้นมีส่วนเกี่ยวกับชุมชนหรือไม่ ซึ่งปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารก็คือ ช่องทางของข่าวสาร (Channel) เพื่อจะได้กระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึง

จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติรัฐ ธรรมจง (2553) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี” พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวหลังจากมีการกำหนดแผนนโยบาย สำนักงานเขตตลิ่งชันมีอำนาจในบริหารจัดการตลาดในทุกด้าน ทั้งด้านการวางแผนการดำเนินงาน การลงทุนในสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภค และการปฏิบัติงานอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ลูกค้า รวมถึงการประเมินผลเพื่อหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด ในขณะ

ที่ชาวบ้านจะมีส่วนร่วมในด้านการปฏิบัติงานเท่านั้น แต่ไม่มีโอกาสในการร่วมวางแผนกับเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตตลิ่งชันเลย

2.2.5.2 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง ในขั้นตอนนี้เป็นการยกระดับการมีส่วนร่วมที่สูงกว่าในระดับแรก เป็นการสร้างเงื่อนไขใหม่เพิ่มเติมรวมถึงปฏิรูปเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเก่าที่มีอยู่ แบ่งได้หลายขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นก่อนการผลิต เป็นขั้นตอนของการเตรียมการก่อนที่จะผลิตสื่อประกอบไปด้วย การเลือกประเด็น การเลือกแง่มุมที่จะนำเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้ การเขียนบท เป็นต้น

2) ขั้นการผลิต เป็นขั้นตอนของการลงมือทำ เช่น การลงมือถ่ายทำในกรณีของวิดีโอ โทรทัศน์/ภาพยนตร์ เป็นต้น

3) ขั้นหลังการผลิต เป็นขั้นตอนของการถ่ายทำเสร็จแล้ว ต้องมีการตัดต่อ หรือเพิ่มเทคนิคทางด้านต่างๆ เป็นต้น

จากที่กล่าวมา ชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด ไม่ว่าเป็นกระบวนการคิด การวางแผน หรือให้ชาวบ้านเป็นคนที่เลือกประเด็นที่จะนำเสนอ หรือเลือกสถานที่เพื่อเป็นฉากถ่ายทำ นอกจากนี้เมื่อถ่ายทำหรือตัดต่อเสร็จแล้วก็ควรชาวบ้านชมก่อน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวนีย์ ชินะกุล (2550) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในรายการร่วมมือร่วมใจ” พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในรายการร่วมมือร่วมใจอยู่ในระดับผู้ชมรายการและผู้ร่วมผลิตรายการเท่านั้น ไม่พบการมีส่วนร่วมในระดับการวางแผนและการบริหารจัดการ โดยพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนในรายการร่วมมือร่วมใจนั้น ประกอบด้วยการแสดงความคิดเห็น ขอให้รายการช่วยเหลือปัญหา รวมถึงการเป็นแขกรับเชิญและการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร คำนูณวัฒน์, วาสนา จันทร์สว่าง, และมณฑา โมฬี (2545) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาหอกระจายข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของชุมชน” พบว่า ปัจจัยที่ทำให้หอกระจายข่าวสารสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชน ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งพบว่า ชาวบ้านส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับฐานะผู้ผลิต โดยเฉพาะในช่วงก่อนการผลิต ซึ่งหมายถึงนอกจากจะเป็นผู้ฟังทางด้านเนื้อหาและรูปแบบแล้ว ยังร่วมเป็นผู้ส่งสารอีกด้วย

2.2.5.3 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ในระดับนี้ถือเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม ซึ่งหมายถึง การวางแผนและนโยบายการใช้สื่อเพื่อนำชุมชมเข้ามาอยู่ในโครงสร้างการสื่อสารของชุมชน ซึ่งในระดับกว้าง เป็นการวางแผนและกำหนดนโยบายของการสื่อสารทุกประเภทและทุกสื่อที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ถ้ามีรายการวิทยุเสนอสารคดีเกี่ยวกับการปรับปรุงดินด้วยวิธีชีวภาพ หน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการสื่อสารของชุมชนก็อาจจะติดต่อของเทปมาออกอากาศซ้ำผ่านหอกระจายข่าว หรือทำโปสเตอร์เผยแพร่ข้อมูล เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงให้แก่ชาวบ้าน (ภาณุพงศ์ ภูโต, 2551) ในระดับที่แคบลงมา อาจจะหมายถึง การมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนและนโยบายของสื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน เช่น การทำวิทยุชุมชนที่ในโครงสร้างการดำเนินงานจะมีตัวแทนชาวบ้านเข้าไปอยู่ในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นระดับคณะกรรมการบริหารวิทยุ ทั้งระดับการผลิต กล่าวคือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน ชุมชนเองก็ต้องรับผิดชอบการทำงานของสื่อ ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร ส่วนสื่อนั้นก็ต้องตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาลินี หาญยุทธ (2551) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลนาไร่หลวง อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน” พบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตำบลนาไร่หลวง มีการวางแผนในการแก้ไขปัญหาในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน เนื่องจากประชาชนเป็นผู้ที่รู้ถึงปัญหาของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่ทุกๆ คนในชุมชนต้องให้ความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกกลุ่ม เพื่อร่วมวางแผนและแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน เมื่อเกิดความคิดที่หลากหลายก็สามารถนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนและต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมยังพบว่า ชาวบ้านและคนในชุมชนมีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอยู่ทั้ง 3 ระดับคือ 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users) 2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง 3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ดังนี้

ภาณุพงศ์ ภูโต (2551) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนเขาเสมอคอน อ.ท่าวุ้ง ต.เขาสมอคอน จ.ลพบุรี” พบว่า ทุกคนในศูนย์การเรียนรู้สามารถมีส่วนร่วมได้ในทุกขั้นตอน ไม่เพียงแค่คนในศูนย์การเรียนรู้เท่านั้น คนใน

ชุมชนก็สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ด้วย ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาหมู่บ้าน ถ้าจะพิจารณาจากระดับการมีส่วนร่วม พบว่า ชาวบ้านมีส่วนร่วมในทุกระดับ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ชาวบ้านสามารถเข้าถึงสื่อได้โดยตรงผ่านทางการโทรเข้ามาที่สถานีหรือรายการ รวมถึงการเข้าไปคุยที่สถานี ซึ่งผู้ฟังส่วนใหญ่เห็นว่าวิทยุชุมชนเป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสารมากกว่าการให้บริการด้านความบันเทิง

2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตรายการ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการส่งข่าว และสนับสนุนข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินรายการ ในส่วนของการเลือกประเด็นเนื้อหารายการก่อนการผลิต จะเลือกจากเหตุการณ์สำคัญในช่วงนั้นทั้งภายในและภายนอกชุมชน หรือจากความสนใจจากผู้จัดรายการเป็นหลัก แต่จะไม่พูดถึงเรื่องการเมือง ในส่วนของการเลือกประเด็นหัวข้อโดยคำนึงถึงบุคคลหรือองค์กรมักจะเป็นช่วงเวลาประจำวันที่ไม่ใช่ช่วงวันพิเศษ ซึ่งเรื่องที่จะนำมาพูด DJ ก็จะเป็นคนเลือกขึ้นมา

3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย คนในหมู่บ้านทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารหรือวางแผนได้ แต่เมื่อมาถึงขั้นตอนนี้จะมีเพียงแค่บางคนเท่านั้น เนื่องจากชาวบ้านเคยชินกับการเป็นผู้ฟังมากกว่า ส่วนใหญ่จะเป็นเหล่า DJ เท่านั้นที่มีส่วนร่วมในขั้นตอนนี้ อย่างไรก็ตามเมื่อออกอากาศไปแล้ว เมื่อมีผู้ชมติชมก็จะปรับปรุงแก้ไขไปเรื่อยๆ เนื่องจากยังขาดความพร้อมอีกหลายด้าน

สุนีย์ หนูสง (2549) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน โดยผ่านรายการวิทยุชุมชน สถานีวิทยุชุมชน อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี” พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนได้สร้างลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง เนื่องจากรายการวิทยุชุมชนสามารถเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาในชุมชนได้ และวิทยุเป็นเวทีที่ทำให้เกิดการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายของคนทุกเพศทุกวัย และเมื่อวิทยุได้นำเสนอข่าวสารหรือแจ้งข้อมูลให้กับประชาชนได้รับทราบได้อย่างทั่วถึงแล้ว ประชาชนจะเกิดความรู้ความเข้าใจที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้งานวิจัยยังกล่าวถึงระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในวิทยุชุมชนฯ ซึ่งพบว่าประชาชนมีส่วนรวมทั้ง 3 ระดับ คือ มีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้รับสาร เป็นผู้ผลิตรายการ และเป็นผู้วางแผนกำหนดนโยบาย ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ กล่าวว่า เมื่อระดับการมีส่วนร่วมสูง จำนวนคนที่เข้ามามีส่วนร่วมยิ่งลดลง (คู่มือวิทยุชุมชน, 2546 อ้างถึงใน สุนีย์ หนูสง, 2549) จึงสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่พบว่า จำนวนชาวบ้านในระดับผู้ฟังมีมากที่สุด รองลงมาคือเป็นจำนวนที่เข้ามาเป็นผู้ผลิตรายการ/ผู้ดำเนินรายการ และในระดับผู้บริหารที่จะวางแผนและกำหนดนโยบายมีจำนวนน้อยที่สุด

ฉวีวรรณ พงศ์มาศ (2549) ศึกษาเรื่อง “ศักยภาพของรายการวิทยุเพื่อชุมชนในการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : รายการวิทยุเพื่อชุมชน “ใต้ฟ้าสีคราม” ของสถานีวิทยุกระจายเสียแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง” พบว่า รายการวิทยุเพื่อชุมชน “ใต้ฟ้าสีคราม” ได้เชิญชวนอาสาสมัคร ผู้นำชุมชน และชาวบ้านให้มีส่วนร่วมในการดำเนินการในทุกระดับ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร พบว่า ชาวบ้านจะโทรศัพท์เข้ามายังรายการ ส่งจดหมายเข้ามายังรายการ อีกทั้งยังบอกกล่าวมายังผู้ดำเนินรายการ

2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง ในขั้นตอนการผลิต จะมีการวางแผนและคัดเลือกประเด็นออกอากาศ อีกทั้งยังมีการประชุมเพื่อกำหนดประเด็นเนื้อหา ในขั้นระหว่างผลิต จะมีการเชิญบุคคลที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่นำเสนอในรายการ ในขั้นหลังการผลิต ผู้จัดรายการต้องตรวจสอบการบันทึกประเด็นที่ได้ออกอากาศ เนื่องจากจะช่วยให้การประสานงานรวดเร็วขึ้น

3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ในขั้นตอนนี้พบว่าชาวบ้านยังไม่มีความพร้อมในการบริหารจัดการนโยบายเองทั้งหมด แต่ใช้แผนประชาสัมพันธ์ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ซึ่งคาดหวังไว้ในอนาคตว่าจะมีการร่วมวางแผนการจัดรายการประจำวัน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาระดับการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใน 3 ระดับ ในระดับแรกผู้วิจัยจะศึกษาการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users) ต่อมาจะศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง และในระดับสุดท้ายศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย

2.2.6 รูปแบบของการสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ได้อธิบายคุณลักษณะกระบวนการสื่อสารในแต่ละรูปแบบไว้ ดังนี้

2.2.6.1 การสื่อสารจำแนกตามทิศทางการสื่อสาร

1) การสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารจะถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับฝ่ายเดียว โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือซักถาม ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวจะอยู่ในรูปของนโยบาย คำสั่งของผู้นำ โดยจะผ่านทางสื่อต่างๆ อาทิเช่น เสียงตามสาย หอกระจายข่าว เอกสารสิ่งพิมพ์

เป็นต้น การสื่อสารแบบทางเดียวจึงทำให้ปริมาณข้อมูลสะท้อนกลับมีน้อย หรืออาจจะไม่มีเลยก็ได้

2) การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารแล้วมีการโต้ตอบ กล่าวคือมีการส่งข้อมูลข่าวสารกลับมายังผู้ส่งสาร โดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร จึงก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยต่างๆ อีกทั้งยังมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน จนทำให้เกิดความเข้าใจกันมากขึ้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารในรูปแบบนี้ผู้ส่งสารให้ความสำคัญต่อปฏิกิริยาป้อนกลับ ทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2.6.2 การสื่อสารจำแนกตามการไหลของข่าวสาร

1) การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-Down Communication) เป็นการสื่อสารทีส่งข่าวสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งสูงมายังบุคคลที่มีตำแหน่งต่ำกว่า ซึ่งลักษณะของการสื่อสารรูปแบบนี้จะส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของนโยบาย แผนงาน ประกาศ หรือคำสั่ง เป็นต้น

2) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-Up Communication) เป็นการสื่อสารที่ส่งข่าวสารจากบุคคลอยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไปยังบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่า ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะของการประชุม สัมมนา การปรึกษาหารือ เป็นต้น

3) การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ในระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งจะอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลัก อาทิเช่น ญาติพี่น้อง เพื่อน ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบนี้มักก่อให้เกิดความสัมพันธ์และเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ รวมทั้งยังทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมอีกด้วย

จากที่กล่าวมา มิติการสื่อสารที่จำแนกตามทิศทางต่างๆ นั้น ส่วนใหญ่ทิศทางการไหลข่าวสารจะอยู่ในรูปแบบของการสื่อสารจากบนลงล่าง หรือจากหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐไปสู่ประชาชนเท่านั้น ในทางกลับกันการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การไหลเวียนของข่าวสารจะมีทิศทางหลากหลาย โดยมุ่งเน้นให้เกิดการสื่อสารจากล่างสู่บน (Bottom-Up Communication) และการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) เพื่อให้คนชุมชนสามารถส่งข่าวสารไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีส่วนสำคัญในการแก้ปัญหา ตลอดจนสามารถจัดการประชุมร่วมกันเองได้

นอกจากนี้ ยังมีเกณฑ์ในการแบ่งของเขตของชุมชน เพื่อให้เห็นทิศทางการไหลของข่าวสารโดยใช้เกณฑ์เรื่อง ของเขตของชุมชน (Community) เป็นตัวแบ่ง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ 1) ขอบเขตภายในชุมชน และ 2) ขอบเขตภายนอกชุมชน จากที่กล่าวมาทำให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารได้ 3 ทิศทาง คือ (Pavelka, 1978 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 41)

1) การไหลของข่าวสารจากภายนอกเข้าสู่ภายในชุมชน ในทิศทางการไหลของข่าวสารในรูปแบบนี้มักเป็นการไหลข่าวสารจากภายนอกเข้าสู่ชุมชน กล่าวคือการผลิตข่าวสารจากหน่วยงานของภาครัฐหรือเอกชน เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ประชาชนได้รับทราบ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่คุ้นเคยกับการเป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว จึงทำให้ขาดทักษะการวางแผน คิดแนวทางการแก้ไขปัญหา ตลอดจนการพัฒนาชุมชนด้วยตนเอง

2) การไหลของข่าวสารจากการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมเรื่องราวของคนในท้องถิ่นออกไปสู่ภายนอกชุมชนท้องถิ่น เป็นการใช้สื่อในกระบวนทัศน์ของการพัฒนาแนวใหม่ ที่เน้นให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถคิดและวางแผน ตลอดจนสามารถตัดสินใจด้วยตนเองได้ เนื่องจากคนในชุมชนเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดกับปัญหามากที่สุด อย่างไรก็ตามคนในชุมชนยังขาดการสื่อสารไปสู่ภายนอก จึงเป็นเหตุผลให้คนภายนอกชุมชนไม่รับทราบความเคลื่อนไหว และการทำกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน

3) การใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เป็นการผลักดันให้คนในชุมชนกล้าแสดงออก มีความรู้ความสามารถ และรู้เท่าทันสิ่งต่างๆ รวมถึงสามารถพัฒนาความรู้ร่วมกันภายในชุมชนกันเอง เพื่อความเป็นชุมชนของตนเอง

2.2.6.3 การสื่อสารจำแนกตามระดับกิจกรรมทางการสื่อสาร ซึ่งฝากจิต ปาลินทรลาภจิตร (2557) ได้จัดระดับการสื่อสารไว้ ดังนี้

1) ระดับตัวเอง (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารกับตัวเองในฐานะที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่นการเขียน การอ่าน การเตือนตัวเอง เป็นต้น

2) ระดับระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนสองคน มีการตอบโต้กันไปมา โดยสามารถแบ่งได้ ดังนี้

(1) การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) เป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้รับ และผู้ส่งสารต่างเห็นหน้ากัน

(2) การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบมีสื่อกลาง (Interposed Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อเป็นตัวกลาง เช่น จดหมาย โทรศัพท์ เป็นต้น

3) ระดับกลุ่มย่อย (Group Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มชนจำนวนมาก เช่น การฟังปราศรัย การเรียนในห้องเรียน เป็นต้น

4) ระดับมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชนประเภท โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น เพื่อติดต่อไปยังผู้รับสารจำนวนมาก

2.2.6.4 การสื่อสารจำแนกตามลักษณะการใช้งาน

1) การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นทางการสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งของผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นสำคัญ การสื่อสารในลักษณะนี้อาจเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศแจ้งนโยบาย คำสั่ง ปฏิบัติงาน หรืออาจเป็นการสื่อสารที่ไม่ใช่ลายลักษณ์อักษรแต่อาศัยการพูด เช่น การสั่งงานโดยตรง

2) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่ไม่คำนึงถึงตำแหน่งหน้าที่ ไม่เป็นระเบียบแบบแผนตามที่กำหนดไว้ การสื่อสารระหว่างกันจึงค่อนข้างเป็นส่วนตัวและไม่เป็นทางการ จึงทำให้ไม่สามารถคาดเดาทิศทางสื่อสารได้ว่า จะเป็นลักษณะการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือเป็นการสื่อสารแบบแนวนอนและข้ามสายงาน ดังนั้นการสื่อสารจึงออกมาในรูปของการพบปะพูดคุยแบบปากต่อปาก รวมถึงข่าวลือต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วย

2.2.6.5 การสื่อสารจำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร

1) การสื่อสารเชิงวัจนะ (Verbal Communication) เป็นการสื่อสารที่ใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนในการสื่อสาร เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจความหมาย การสื่อสารในลักษณะนี้ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนจดหมาย การเขียนรายงาน การประชุม การอ่านข่าว เป็นต้น อย่างไรก็ตามการสื่อสารในรูปแบบนี้จำเป็นต้องคำนึงถึงตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อภาษา ท่วงท่าลีลาของวัจนะภาษา รวมถึงการสื่อสารความหมายของถ้อยคำ

2) การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Nonverbal Communication) เป็นการสื่อสารที่ใช้รหัสหรือสัญลักษณ์แทนการใช้การสื่อสารผ่านภาษาพูดหรือภาษาเขียน เช่น การยิ้ม การพยักหน้า การสั่นศีรษะ การโบกมือ เป็นต้น การสื่อสารในรูปแบบนี้มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจระหว่างกัน ในทางกลับกันการสื่อสารในรูปแบบนี้ต้องอาศัยประสบการณ์และการตีความของผู้รับสารด้วย

อย่างไรก็ตามการสื่อสารเชิงวัจนะภาษาและการสื่อสารเชิงอวัจนะภาษาจำเป็นต้องดำเนินการสื่อสารควบคู่กันไป เพื่อก่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษารูปแบบของการสื่อสาร โดยจะศึกษากระบวนการสื่อสารในแต่ละรูปแบบ ซึ่งประกอบไปด้วยการสื่อสารจำแนกตามทิศทางการสื่อสาร การสื่อสารจำแนกตามการไหลของข่าวสาร การสื่อสารจำแนกตามระดับกิจกรรมทางการสื่อสาร การสื่อสารจำแนกตามลักษณะการใช้งาน และการสื่อสารจำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร ตามลำดับ

จากที่กล่าวมาในเรื่องของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเห็นได้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดการสื่อสารที่มีความสำคัญ ซึ่งงานวิจัยเล่มนี้ต้องการศึกษาจากหลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ระดับของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และรูปแบบของการสื่อสาร เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าสามารถในการนำไปสร้างกรอบแนวคิดสำหรับการสื่อสารเพื่อการถ่ายทอด และการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดน่าน ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้ประสบความสำเร็จต่อไป

2.3 ทฤษฎีระบบ (System Theory)

2.3.1 ความหมายของระบบ

ศิริชัย ชินะตังกูร (2527) ได้ให้คำนิยามของวิธีการเชิงระบบ ไว้ว่า เป็นกระบวนการที่มีหลักดำเนินการโดยการยึดศูนย์รวมเป็นหลัก งานทุกชนิดจะต้องเริ่มจากการมีจุดมุ่งหมายของงานที่มีปัญหาซึ่งต้องได้รับการแก้ไข วิธีการแก้ที่จะใช้แก้ปัญหา และวิธีการประเมินผลงานเพื่อเสนอแนะวิธีแก้ไขในครั้งต่อไป

พรรณี ประเสริฐวงศ์ และคณะ (2519 อ้างถึงใน จันทรานี สงวนงาม, 2545) ได้ให้ความหมายของระบบไว้ว่า หมายถึง การเรียงลำดับองค์ประกอบต่างๆ ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผงงานองค์ประกอบต่างๆ มีความสัมพันธ์และมีปฏิกิริยาซึ่งกันและกันในระหว่างส่วนต่างๆ อยู่เสมอ

จันทรานี สงวนนาม (2545) ได้อธิบายว่า ระบบเป็นกลุ่มองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และมีความเกี่ยวข้องกันในลักษณะที่ทำให้เกความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อกระทำกิจกรรมให้สำเร็จตามความต้องการ ซึ่งเมื่อพูดถึงระบบจะต้องคำนึงถึง 3 คำคือ

1) การคิดอย่างมีระบบ (System Thinking) หมายถึง การคิดแบบมีเหตุผล คิดอย่างรอบคอบ คำนึงถึงผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้นได้ในภาพรวม

2) วิธีการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ (System Approach) หมายถึง วิธีปฏิบัติงานที่เป็นระบบ โดยการนำปัจจัยที่จำเป็นต่อการบริหารมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตรงตามเป้าหมายที่กำหนด ทั้งปัจจัย กระบวนการทำงาน และผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจะมีส่วนสัมพันธ์กันและเป็นผลซึ่งกันและกัน

3) ทฤษฎีระบบ (System Theory) เป็นทฤษฎีที่ระบุว่าองค์การประกอบด้วยส่วนประกอบที่เป็นอิสระ และเป็นวิธีการบริหารงานที่จะเพิ่มความเข้าใจ รู้จุดเด่นจุดด้อยในองค์การ เพื่อการพัฒนาและแก้ปัญหาได้มากยิ่งขึ้น

2.3.2 หลักการและแนวคิดของทฤษฎีระบบ

จันทรานี สงวนนาม (2545) ได้อธิบายถึงหลักการและแนวคิดของทฤษฎีระบบ ไว้ดังนี้

2.3.2.1 ทฤษฎีระบบมีความเชื่อว่า ระบบจะต้องเป็นระบบเปิด (Open System) กล่าวคือจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมโดยได้รับอิทธิพล หรือผลกระทบตลอดเวลาจากสภาพแวดล้อม

2.3.2.2 มีรูปแบบของการจัดลำดับ (The Hierarchical Model) ในลักษณะของระบบใหญ่และระบบย่อยที่สัมพันธ์กัน

2.3.2.3 มีรูปแบบของปัจจัยป้อนเข้าและผลผลิต (Input Output Model) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลของปฏิสัมพันธ์ที่มีกับสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มต้นจากปัจจัย กระบวนการ และผลผลิตตามลำดับ

2.3.2.4 แต่ละองค์ประกอบของระบบจะต้องมีส่วนสัมพันธ์กัน หรือมีผลกระทบต่อกันและกัน (The Entities Model) กล่าวคือ ถ้ามีองค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่งเปลี่ยนไป จะส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบตัวอื่นเช่นกัน

2.3.2.5 ทฤษฎีระบบเชื่อในหลักการของการมีเหตุและผลของสิ่งต่างๆ (Cause and Effect) หมายถึงทฤษฎีระบบเชื่อว่าปัญหาในด้านการบริหารที่เกิดขึ้นต้องเกิดจากสาเหตุที่มากกว่าหนึ่งสาเหตุ นอกจากนี้ทฤษฎีระบบจะไม่เชื่อผลของเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่เกิดจากสาเหตุเพียงสาเหตุเดียว

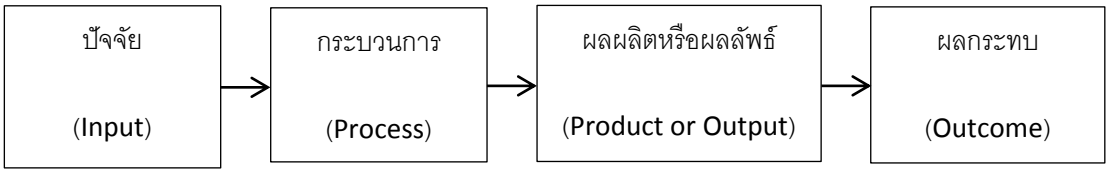
2.3.2.6 ทฤษฎีระบบจะมองทุกๆ อย่างในภาพรวมของทุกองค์ประกอบมากกว่าที่จะมองเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งของระบบ

2.3.2.7 ทฤษฎีระบบคำนึงถึงผลของการปฏิบัติที่เป็น “Output” หรือ “Product” มากกว่า “process” ซึ่งผลสุดท้ายของงานที่ได้รับอาจมีมากมายหลายสิ่ง ซึ่งก็คือผลกระทบ (Outcome or Impact) ที่เกิดขึ้นตามมาในภายหลังนั่นเอง

2.3.2.8 ทฤษฎีระบบจะมีกระบวนการในการปรับเปลี่ยนและป้อนข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เพื่อบอกให้รู้ว่ามีระบบการเบี่ยงเบนอย่างไร ควรจะแก้ไขที่องค์ประกอบใดของระบบ ซึ่งก็คือ (System Analysis) นั่นเอง

2.3.3 **รูปแบบของวิธีระบบ** (System Approach Model)

จันทรานี สงวนงาม (2545) ได้อธิบายหลักการและแนวคิดของทฤษฎีระบบ ซึ่งระบบประกอบด้วยส่วนประกอบสำคัญ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 องค์ประกอบของวิธีระบบ
แหล่งที่มา: จันทรานี สงวนงาม, 2545, น. 87.

2.3.3.1 ปัจจัยนำเข้า หมายถึง ทรัพยากรทางการบริหารทุกๆ ด้าน ได้แก่ บุคลากร (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Materials) การบริหารจัดการ (Management) และแรงจูงใจ (Motivations) ที่เป็นส่วนเริ่มต้นและเป็นตัวจักรสำคัญในการปฏิบัติงานขององค์การ

2.3.3.2 กระบวนการ คือการนำเอาปัจจัยหรือทรัพยากรทางการบริหารทุกประเภทมาใช้ในการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เนื่องจากในกระบวนการจะมีระบบย่อยๆ รวมกันอยู่หลายระบบครบวงจร ตั้งแต่การบริหาร การจัดการ การนิเทศ การวัดและการประเมินผล การติดตามตรวจสอบเป็นต้น เพื่อให้ปัจจัยทั้งหลายเข้าไปสู่กระบวนการทุกกระบวนการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.3.3 ผลผลิต หรือผลลัพธ์ เป็นผลที่เกิดจากกระบวนการของการนำเอาปัจจัยมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.3.3.4 ผลกระทบ เป็นผลที่เกิดขึ้นภายหลังจากผลลัพธ์ที่ได้ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่คาดไว้หรือไม่เคยคาดคิดมาก่อนว่าจะเกิดขึ้นก็ได้

งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการนำทฤษฎีระบบ (System Theory) ในส่วนของรูปแบบของวิธีระบบ (System Approach Model) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต หรือผลลัพธ์ และผลกระทบมาเป็นหลักในการสร้างกรอบวิจัยต่อไป

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของจังหวัดน่าน” เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับหน่วยงานรัฐบาล ภาคธุรกิจ และชุมชนท้องถิ่น โดยการใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ซึ่งจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการวิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Analysis) โดยมีการดำเนินแผนการวิจัยตามขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

3.2 เครื่องมือที่ใช้การศึกษา

3.2.1 การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

3.2.1.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

3.2.1.3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

3.2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม(Non-Participant Observation)

3.2.2.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

3.2.2.2 วิธีดำเนินการวิจัย

3.2.2.3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

3.2.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

3.2.3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

3.2.3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

3.2.3.3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

3.3 การตรวจสอบความถูกต้องของการวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอ

3.1 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและกระบวนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้วิธีแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งผู้วิจัยนัดหมายสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละบุคคลโดยคำนึงถึงความสะดวกของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก นอกจากนี้ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์จะได้มีอิสระในการเพิ่มเติมประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องคำถามเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยจะต้องสอดคล้องกับประเด็นคำถามด้วย อย่างไรก็ตามประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ได้พัฒนามาจากแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ศึกษาระหว่างการเตรียมการ ในการเก็บข้อมูลจะเป็นแนวคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) สมุดบันทึก และใช้การบันทึกเสียงประกอบการสัมภาษณ์

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้เลือกเครื่องมือเพื่อนำมาศึกษาในการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลจากบุคคล และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

3.2.1.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การค้นหาข้อมูลจากห้องสมุดของสถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์ รวมถึงห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยว การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจังน่าน เพื่อมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำวิจัย นอกจากนี้ยังดาวน์โหลดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจาก http://tdc.thailis.or.th/tdc/ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของโครงการเครือข่ายห้องสมุดในประเทศไทย สนับสนุนโดยสำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากระทรวงศึกษาธิการ ในเว็บไซต์ดังกล่าวจะมีฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ฉบับเต็มจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ รวมทั้งยังมีเอกสารอื่นๆ

เช่น บทความวิชาการ รายงานการวิจัย เป็นต้น จากที่กล่าวมาผู้วิจัยได้หาข้อมูลจากเอกสารเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำวิจัย ดังนี้

1) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติปี พ.ศ. 2555-2559

2) ข้อมูลสถิติแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

3) รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์การจัดทำข้อมูลเชิงพื้นที่ จังหวัดน่าน

4) รายงานการวิจัย

3.2.1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยหาข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดน่าน ซึ่งก็พบว่าน่านมีความน่าสนใจในหลายมุมมอง เช่น น่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2552-2556 และภายในปีพ.ศ. 2558 ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พบว่าน่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสูงที่สุด (กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูล, 2558)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติปีพ.ศ. 2555-2559 ซึ่งพบว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยเน้นการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาจากรายงานการวิเคราะห์สถานการณ์การจัดทำข้อมูลเชิงพื้นที่จังหวัดน่าน พบว่ายุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดน่านในปีพ.ศ. 2558-2561 ต้องการเน้นการมีส่วนร่วมของประชาสังคม

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ จากตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวความคิด และขอบเขตของการศึกษา ตลอดจนสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาให้คลอบคลุมตามความมุ่งหมายของการศึกษา

3.2.1.3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

ในส่วนของการวิจัยเชิงเอกสารผู้วิจัยเน้นเก็บข้อมูลจากหนังสือ บทความท่องเที่ยว บทความวิชาการ และวิทยานิพนธ์เป็นหลัก ทั้งนี้เอกสารที่ผู้วิจัยค้นคว้าจะนำมาจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศไทย รวมถึงเว็บไซต์ที่ชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก อย่างไรก็ตามเมื่อผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลที่จังหวัดน่าน ผู้วิจัยได้เอกสารข้อมูลเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงเอกสารเพิ่มเติมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้อีกด้วย

3.2.2 **การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม**(Non-Participant Observation)

3.2.2.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม(Non-Participant Observation) โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคือรูปแบบการสื่อสารของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในจังหวัดน่าน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชน นอกจากนี้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของการจัดกิจกรรมต่างๆ ของคนในชุมชนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือนักท่องเที่ยวลงมือทำกิจกรรมกับคนในชุมชนนั่นเอง อีกทั้งผู้วิจัยจะศึกษาสภาพแวดล้อมที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน รวมถึงเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่พัฒนาให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.2.2.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูลในรูปแบบของการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมตั้งแต่การลงพื้นที่เก็บข้อมูลที่จังหวัดน่าน โดยเริ่มจากการสังเกตสภาพแวดล้อมที่นักท่องเที่ยวต้องพบเจอในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว อาทิเช่น ความชัดเจนของป้ายบอกทาง ความปลอดภัยและความสะดวกสบายของเส้นทางการเดินทาง นอกจากนี้ยังสังเกตรูปแบบของสื่อต่างๆ ที่ใช้แจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอีกด้วย

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยสังเกตรูปแบบการสื่อสารระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชน รวมถึงสังเกตกลุ่มตัวอย่างขณะเก็บข้อมูลด้านการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วย

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยสังเกตพฤติกรรมของคนในชุมชน เช่น ความกระตือรือร้นในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ความเต็มใจในการบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงวิธีการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยสังเกตสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน เพื่อศึกษารูปแบบและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสังเกตเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและก่อให้เกิดการพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.2.2.3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม(Non-Participant Observation) โดยผู้วิจัยจะสังเกตสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน อาทิเช่น ป้ายบอกทาง เส้นทางการเดินทาง เอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชาวบ้านจัดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สังเกตจากพฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายขณะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อดูว่ากลุ่มเป้าหมายมี

ความรู้และมีการถ่ายทอดข้อมูลอย่างไร ในทางกลับกันผู้วิจัยก็ได้ทำการสื่อสารกับคนในชุมชนด้วย เนื่องจากคนในชุมชนเป็นกลุ่มที่ต้องสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลจากการสังเกตไปตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และแหล่งข้อมูลเชิงเอกสารเพื่อหาข้อสรุปในงานวิจัยต่อไป

3.2.3 **การสัมภาษณ์เชิงลึก** (In-depth Interview)

3.2.3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการสัมภาษณ์บุคคลซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลชั้นต้นที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษา ทั้งนี้จะเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกซึ่งสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นและประสบการณ์อย่างอิสระในการตอบคำถามภายใต้กรอบวัตถุประสงค์และแนวคำถามนำวิจัย โดยส่วนของการสัมภาษณ์ผู้วิจัยแบ่งคำถามออกเป็น 3 กลุ่มคือหน่วยงานรัฐบาล ภาคธุรกิจ และชุมชน ซึ่งแบ่งคำถามออกเป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1) หน่วยงานรัฐบาล

(1) คุณนาถนรี ธนะปัญโญ	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน
(2) คุณธนภร พูลเพิ่ม	ผอ.ททท.สำนักงานแพร่
(3) คุณนรินทร์ เหล่าอารยะ	นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน
(4) คุณสุรพล เธียรสูตร	นายกเทศมนตรีเมืองน่าน
(5) ดร.ชุมพล มุสิกานนท์	ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน
(6) คุณธารินีย์ ไชยเขียว	รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก
(7) คุณเชาวนา เขื่อนปิง	นักพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน

แนวคำถามสำหรับหน่วยงานรัฐบาล

1) บทบาทหน้าที่ของท่านในการทำงานด้านการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง

2) การได้มาของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3) ท่านมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน กำหนดรูปแบบและนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านอย่างไร

4) ท่านจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวอย่างไร

5) ท่านมีการดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ผู้ประกอบการและชุมชนเกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

6) ท่านใช้สื่อใดบ้างในการสื่อสารกับคนในชุมชน

7) ท่านมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดน่านเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไร

8) ท่านมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดน่านอย่างไร รวมถึงท่านมีส่วนเกี่ยวข้องในการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีในจังหวัดน่านหรือไม่

9) ผลตอบรับของการรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน เป็นอย่างไร

10) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน เกิดปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง และมีแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างไร

11) ท่านคิดว่าจุดแข็งและจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านคืออะไร และท่านมีวิธีการจัดการอย่างไร

2) ภาคธุรกิจ

(1) คุณสัจพงษ์ จินตพงษ์ ริสาสินี รีสอร์ทแอนด์สปา

(2) คุณภัทราภรณ์ ปราบริบู โฮงเจ้าฟองคำ

(3) คุณชโลมใจ ชยพันธนาการ บ้านๆน่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม

(4) คุณจันทร์สม พรมปัญญา จันทร์สมการทอ

(5) คุณพนม แก้วเทพ ลำดวนผ้าทอ

(6) คุณบุญชู เทพเสน ธุรกิจสาหร่ายไก

แนวคำถามสำหรับภาคธุรกิจ

1) บทบาทหน้าที่ของท่านในการทำงานด้านการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง

2) การได้มาซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3) ท่านมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน กำหนดรูปแบบนโยบาย เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านอย่างไร

4) ธุรกิจของท่านมีรูปแบบเป็นอย่างไร มีการดำเนินการอย่างไร

5) ธุรกิจของท่านมีกิจกรรมอะไรบ้างที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม จนเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

6) ท่านมีวิธีการรวมกลุ่มองค์กรอย่างไร และมีการจัดสรรรายได้อย่างไรบ้าง

7) ภาครัฐได้เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไรบ้าง รวมถึงท่านมีวิธีการนำเสนอข้อมูล หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับภาครัฐอย่างไร

8) ท่านมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดน่านเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน อย่างไร

9) ท่านมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดน่านอย่างไร รวมถึงท่านมีส่วนเกี่ยวข้องในการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีในจังหวัดน่านหรือไม่

10) ผลตอบรับของการรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน เป็นอย่างไร

11) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากธุรกิจของท่าน มีผลดีหรือผลเสียอย่างไร

12) ในภาพรวมท่านคิดว่าจุดแข็งและจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คืออะไร

3) ชุมชน

(1) คุณสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์ ชุมชนบ่อสวก

(2) คุณเปล่ง มโนวร ชุมชนศรีนาป่าน – ตาแวน

(3) คุณสมเกียรติ ใหม่วงศ์ ชุมชนศิลาเพชร

(4) คุณทองเพียร ปะนะ ชุมชนบ้านหาดผาขน

(5) คุณดรุณี เทียมแสน ชุมชนบ้านพระเกิด

(6) คุณเพลินจิต พ่วงเจริญ ชุมชนมหาโพธิ

แนวคำถามสำหรับชุมชน

1) บทบาทหน้าที่ของท่านในการทำงานด้านการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง

2) การได้มาซึ่งแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3) ท่านมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน กำหนดรูปแบบและนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านอย่างไร

4) ในชุมชนของท่านมีกิจกรรมอะไรบ้างที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และมีการดำเนินการอย่างไร รวมถึงกิจกรรมใดที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุด

5) ท่านมีวิธีการรวมกลุ่มชาวบ้านอย่างไร และมีการจัดสรรรายได้อย่างไรบ้าง

6) ท่านใช้สื่อใดในการสื่อสารกับคนในชุมชน

7) ภาครัฐได้เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไรบ้าง รวมถึงท่านมีวิธีการนำเสนอข้อมูล หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับภาครัฐอย่างไร

8) ท่านมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากรในจังหวัดน่านเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไร

9) ท่านมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดน่านอย่างไร รวมถึงท่านมีส่วนเกี่ยวข้องในการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีในจังหวัดน่านหรือไม่

10) ผลตอบรับของการรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน เป็นอย่างไร

11) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากชุมชนของท่าน มีผลดีหรือผลเสียอย่างไร

12) ในภาพรวมท่านคิดว่าจุดแข็งและจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คืออะไร

3.2.3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 คัดเลือกบุคคลเป้าหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาวิธีการเขียนประเด็นคำถามจากแนวคิด วัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวมถึงคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้การกำหนดขอบเขต และเนื้อหาของคำถามมีความชัดเจนตามความมุ่งหมายของการศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยครั้ง ว่าตรงตามจุดมุ่งหมายและสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้หรือไม่ หลังนั้นก็นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อดำเนินงานในขั้นต่อไป ทั้งนี้เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้มีเนื้อหาที่คลอบคลุมและครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 5 เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาให้เริ่มเก็บข้อมูลได้ ผู้วิจัยติดต่อเพื่อนัดวันสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 6 ทำการสัมภาษณ์และดำเนินการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 7 สรุปนำมาประมวลและวิเคราะห์ผลการศึกษา

3.2.3.3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

ผู้วิจัยเริ่มติดต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อนัดสัมภาษณ์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 เพื่อขอคิวและนัดวันสัมภาษณ์ หลังจากนั้นจึงลงพื้นที่เก็บข้อมูลในจังหวัดน่านระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน 2556 โดยการสัมภาษณ์บุคคลทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชน ในครั้งแรกของการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะไปอาศัยอยู่ที่จังหวัดน่านเป็นระยะเวลา 1 เดือนคือช่วงเดือนมีนาคม ซึ่งผู้วิจัยจะใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ โดยจะสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างให้มากที่สุด อย่างไรก็ตามถ้าผู้วิจัยยังไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบตามเป้าหมายที่วางไว้ ผู้วิจัยจะลงพื้นที่เก็บข้อมูลครั้งที่สองในเดือนเมษายน เพื่อสามารถสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายได้ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้

3.3 การตรวจสอบความถูกต้องของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดน่าน” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) กล่าวคือเป็นการตรวจสอบโดยใช้การเก็บข้อมูลจาก 3 วิธีที่แตกต่างกัน แต่รวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน มาตรวจสอบควบคู่กับสภาพของความเป็นจริง ซึ่งจะใช้แหล่งข้อมูลทางด้านเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมการสัมภาษณ์ทั้งหมดจากผู้ให้สัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยอาศัยกรอบแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์การศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและกระบวนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน โดยการนำเสนอข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วิธีการพรรณนาความ (Descriptive Method)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน รวมถึงเพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) จากข้อมูลที่ได้มาผู้วิจัยสามารถแบ่งการนำเสนอตามกรอบแนวคิดการวิจัยออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

4.1 ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดน่าน

4.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

4.3 ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

4.4 รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

4.5 จุดแข็ง และจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

4.1 ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดน่าน

4.1.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สำนักงานแพร่ (2555) ได้อธิบายเกี่ยวกับที่ตั้ง อาณาเขต และการปกครองของจังหวัดน่านไว้ว่า น่านมีพื้นที่ 11,472.076 ตารางกิโลเมตร หรือ 7 ล้านไร่เศษ อยู่ห่างจากกรุงเทพ 668 กิโลเมตร เป็นเมืองชายแดนแห่งล้านนาตะวันออกอันอุดมไปด้วยวัฒนธรรมที่หลอมรวมจากเทือกเขาสูงถึงพื้นราบ มีความเก่าแก่รุ่นเดียวกับกรุงสุโขทัย อดีตน่านเป็นประเทศนครรัฐที่มีเจ้าผู้ครองนครสืบต่อกันมารวมทั้งสิ้น 64 องค์

แม่น้ำน่านมีต้นกำเนิดจากดอยขุนน้ำน่าน ตำบลขุนน่าน อำเภอบ่อเกลือ ซึ่งไหลขึ้นเหนือไปทางอำเภอทุ่งช้าง แล้วไหลลงใต้ไปยังอำเภอปัว อำเภอท่าวังผา อำเภอเมืองน่าน อำเภอเวียงสา หลังจากนั้นไหลลงไปยังจังหวัดอุตรดิตถ์ พิษณุโลก และพิจิตร ไปรวมกับแม่น้ำยมที่อำเภอชุมแสง และแม่น้ำเจ้าพระยาที่ปากน้ำโพจังหวัดนครสวรรค์ ร้อยละ 40 ของลำน้ำน่านหล่อเลี้ยงแม่น้ำเจ้าพระยา น่านเป็นเมืองที่งดงามด้วยสถาปัตยกรรมทางพุทธศาสนา มีการผสมผสานศิลปวัฒนธรรม โดยยังคงเอกลักษณ์ความเป็นพื้นถิ่นไว้ได้อย่างสวยงาม

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดอุตรดิตถ์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดแพร่และพะเยา

การปกครอง

จังหวัดน่านแบ่งการปกครองออกเป็น 15 อำเภอ คือ อำเภอเมืองน่าน อำเภอแม่จริม อำเภอภูเพียง อำเภอเวียงสา อำเภอสันติสุข อำเภอท่าวังผา อำเภอบ้านหลวง อำเภอนาน้อย อำเภอนาหมื่น อำเภอทุ่งช้าง อำเภอบ่อเกลือ และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ

4.1.2 เอกลักษณ์ทางชนชาติ

บรรพบุรุษของชาวน่านส่วนหนึ่งเป็นไทยที่อพยพมาจากดินแดนล้านช้างทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง โดยเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ทางชายแดนตอนเหนือของเมืองน่านบริเวณที่ติดกับชายแดนของประเทศลาวนอกจากนี้ยังประกอบด้วยคนเมืองหรือไทยวน ในขณะที่ในตัวเมืองยังมีพวกขมุ เงี้ยว (ไทใหญ่) ส่วนเขตรอบนอกเมืองจะมีชนเผ่าอีกหลากหลาย เช่น ไทลื้อ ม้ง เมี่ยน ถิ่นหรือ

ลัวะ ขมุ และตอบเหลือง ฯลฯ อย่างไรก็ตามบรรดาคนเมืองและชนเผ่าเหล่านี้ก็มีวิถีชีวิตและความเชื่อที่มีทั้งคล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากความเชื่อและพิธีกรรมที่แยกย่อยออกไป เนื่องจากแต่ละชนเผ่าก็มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง จึงทำให้เกิดการยืมและถ่ายทอด รวมถึงมีการผสมผสานกับวัฒนธรรมของคนพื้นเมือง เพื่อเป็นการสร้างสีสันของวัฒนธรรมเมืองน่านให้มีความโดนเด่นเฉพาะตนเอง

จากที่กล่าวมา พบว่าชนเผ่าที่อาศัยอยู่ในจังหวัดน่านมากที่สุดคือ ไทลื้อ ซึ่งอยู่ในพื้นที่จังหวัดน่านทั้งหมด 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอท่าวังผา อำเภอปัว อำเภอเชียงกลาง อำเภอทุ่งช้าง อำเภอสันติสุข และอำเภอสองแคว มีหมู่บ้านไทยลื้อจำนวน 63 หมู่บ้าน ซึ่งอิทธิพลหรือค่านิยมของผู้ชายของไทยลื้อจะเน้นการสักพุงดำจนถึงโคนขา ดังนั้นชาวไทยลื้อและคนเมืองจึงไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก

4.1.3 **แหล่งท่องเที่ยว**

น่านได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว และผู้ที่ได้มาสัมผัสเยี่ยมเยือนว่าเป็นเมืองโบราณที่มีชีวิต ความงดงามของขุนเขาและป่าไม้ก่อให้เกิดอากาศที่ดี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนวัฒนธรรม ประเพณีของกลุ่มชนเผ่าที่แตกต่างกัน ล้วนสร้างสีสันให้กับจังหวัดน่านได้อย่างลงตัว งานศิลปหัตถกรรมที่หลากหลายทรงคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นวัด บ้านเรือนไทยเหนือแบบโบราณ สถาปัตยกรรมโบราณ สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนน่านได้เป็นอย่างดี จากที่กล่าวมาจึงทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สำนักงานแพร่ (2555) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวโดยเป็นเขตอำเภอดังนี้

1) อำเภอเมืองน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร คุ้มเจ้าราชบุตร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน วัดพญาวัด วัดพระธาตุเขาน้อย วัดมิ่งเมือง วัดสวนตาล วัดหัวข่วง พิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านพระเกิด แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านศรีนาป่าน-ตาแวน แหล่งเตาเผาโบราณ และเครื่องเคลือบบ้านบ่อสวก บ้านกลางพัฒนา หอศิลป์ริมน่าน หอศิลป์พิงพฤกษ์ (ครัวมะเก่าเตาไฟโบราณ ผ้ามัดย้อมทำมือ) และกาดน่าน

2) อำเภอภูเพียง มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ วัดพระธาตุแช่แห้ง บ้านหาดผ้าขนหรือชุมชนอนุรักษ์ร้อยปี วังกาบรางธรรมสถาน

3) อำเภอเวียงสา มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ อาคารประวัติศาสตร์ บ้านกะหล็ก เฮือนรถถีบ ผ้าทอพื้นเมือง วัดบุญยืนพระอารามหลวง

4) อำเภอนาน้อย มีแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติ 2 แห่งได้แก่ อุทยานแห่งชาติศรีน่านและอุทยานแห่งชาติขุนสถาน

5) อำเภอนาหมื่น มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ หมู่บ้านประมงปากนาย

6) อำเภอบ้านหลวง เป็นแหล่งที่ตั้งของอุทยานแห่งชาตินันทบุรี

7) อำเภอท่าวังผา มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ บ้านดอนมูล หมู่บ้านไทยลื้อหนองบัว วัดหนองบัว บ้านสันเจริญ (ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทางเดินป่าดงดิบ ไร่กาแฟบนเขา บ่อน้ำร้อนโป่งกิ และน้ำออกรู มีลักษณะเป็นธารน้ำไหลแรงพุ่งออกมาจากช่องเขาตลอดทั้งปี โดยไม่ทราบว่าที่มาของน้ำมาจากที่ใด)

8) อำเภอปัว มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ ต้นดิ๊กเดียม หมู่บ้านพัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขาป่ากลาง วังพระธาตุเบ็งสกัด วัดต้นแหลง บ้านร้องแง รวมถึงยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติดอยภูคาอีกด้วย

9) อำเภอเชียงกลาง มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจคือ วัดหนองแดง

10) อำเภอทุ่งช้าง มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ อนุสรณีย์วีรกรรมพลเรือน ตำรวจ ทหาร และพิพิธภัณฑ์ทหารทุ่งช้าง โครงการพัฒนาเพื่อความมั่งคง (พมพ.)บ้านมณีพฤกษ์ (ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ ถ้ำผาผึ้ง ดอยผาผึ้ง จุดชมวิวภูหัวล้าน)

11) อำเภอเฉลิมพระเกียรติ เป็นรอยต่อเขตชายแดนไทย-สปป.ลาว มีเทือกเขาหลวงพระบางเป็นพรมแดนธรรมชาติ จุดสูงสุดอยู่ที่ดอยภูแว มีถนนบนภูเขาที่สูงเฉียดฟ้าจนได้ชื่อว่า ถนนลอยฟ้า ซึ่งสามารถชมทัศนียภาพที่สวยงามจากสองข้างทาง มีทะเลหมอกในฤดูหนาว ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ ภูพยัคฆ์ อนุสรณ์สถานยุทธภูมิบ้านห้วยโก๋นเก่า ตลาดชายแดนบ้านห้วยโก๋น

12) อำเภอบ่อเกลือ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ บ่อเกลือสินเธาว์ ศูนย์ภูฟ้าพัฒนา อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติขุนน่านอีกด้วย

13) อำเภอแม่จริม เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในอุทยานแห่ชาติแม่จริม อีกทั้งยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินไปกับธรรมชาติ อาทิเช่น การล่องเรือยาง การล่องแพไม้ไผ่ ปั่นจักรยานเสือภูเขา เดินป่าลำน้ำแปง ล่องแก่งน้ำว้า เดินป่าบ้านน้ำพางสู่บ้านร่วมเกล้าปีผาหน่อ ดูภาพเขียนสี

4.1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ

สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน (2558) ได้อธิบายถึงทรัพยากรป่าไม้ในจังหวัดน่านไว้ว่า น่านมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่า และภูเขาสูง จากข้อมูลของกรมป่าไม้ พบว่า ในปีพ.ศ. 2519 จังหวัดน่านมีพื้นที่ป่าสมบูรณ์ทั้งนอกและในเขตป่าสงวนแห่งชาติทั้งหมด 5,280,625 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 73.65 ของพื้นที่จังหวัด พอถึงปีพ.ศ. 2551 จังหวัดน่านมีพื้นที่ป่าไม้เหลือ 5,103,550 ไร่ หรือร้อยละ 71.18 โดยมีการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติขึ้น ครอบคลุมเขตพื้นที่ในเขตต้นน้ำลำธาร ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่อนุรักษ์จำนวน 7 แห่งประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติดอยภูคา อุทยานแห่งชาติแม่จริม อุทยานแห่งชาติขุนน่าน อุทยานแห่งชาติถ้ำสระเกิน อุทยานแห่งชาตินันทบุรี อุทยานแห่งชาติขุนสถาน และอุทยานแห่งชาติศรีน่าน ในขณะที่ยังมีวนอุทยานถ้ำผาตูบอีก 1 แห่ง

4.1.5 ประเพณี

ประเพณีและวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน มักแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ในจังหวัดน่าน ด้วยวัฒนธรรมและประเพณีที่หลากหลายของชุมชนในแต่ละแห่ง ทำให้เกิดเป็นเรื่องราวที่แสดงให้เห็นถึงรากเหง้าอันยาวนานของคนน่าน ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สำนักงานแพร่ (2555) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีที่สำคัญในจังหวัดน่าน ไว้ดังนี้

1) งานประเพณีไหว้พระธาตุ เมืองน่านเป็นเมืองหนึ่งในดินแดนล้านนาที่พระพุทธศาสนาเผยแพร่มาถึงเป็นเวลาช้านาน ในเขตเมืองเก่า ทั้งในตัวเมืองน่านและที่อำเภอปัวจะมีพระธาตุตั้งอยู่บนเนินเขาเด่นเป็นสง่า ในรอบปีจะมีงานประเพณีบูชาพระธาตุสำคัญ ดังนี้

(1) งานนมัสการพระธาตุเบ็งสกัด ในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 4 เหนือ (เดือนมกราคม)

(2) งานประเพณี หกเป็งไหว้พระธาตุแช่แห้ง พระธาตุแช่แห้งปูชนียสถานที่สำคัญคู่บ้านคู่เมืองน่าน ชาวน่านจะจัดงานสมโภชกันทุกปี 5 วัน 5 คืน ถือเป็นงานสำคัญทางพระพุทธศาสนางานหนึ่งของจังหวัดน่าน จัดงานในวันขึ้น 11-15 ค่ำ เดือน 6 เหนือ หรือราวเดือนมีนาคมที่วัดพระธาตุแช่แห้ง สิ่งที่น่าสนใจจะมีการแห่ขบวนครัวตานสักการะองค์พระธาตุจากอำเภอ หมู่บ้านต่างๆ มีพิธีพุทธศาสนามากมาย การสรงน้ำ เวียนเทียนรอบองค์พระธาตุ รวมถึงยังมีการแสดง การแข่งขันทางวัฒนธรรม เช่น การแข่งทำ โคมแขวน การตีกลองแอว การแข่งขันบั้งไฟดอก (องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน, 2557)

(3) งานประเพณีนมัสการพระธาตุเขาน้อย ในวันเพ็ญเดือน 8 เหนือ ตรงกับวันเพ็ญเดือน 6 ภาคกลาง (เดือนพฤษภาคม) ที่วัดพระธาตุเขาน้อย และมีการจุดบั้งไฟถวายเป็นพุทธบูชา

(4) งานประเพณีนมัสการสรงน้ำพระเจ้าทองทิพย์ วัดสวนตาลช่วงเทศกาลสงกรานต์ 12-15 เมษายน

(5) ประเพณีตักบาตรเทียน วัดบุญยืน ประเพณีใส่บาตรเทียน ถือเป็นประเพณีที่สำคัญที่คณะสงฆ์และคณะศรัทธาสาธุชนชาวอำเภอเวียงสาได้ปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นเวลาช้านาน ทั้งนี้ไม่ปรากฏชัดว่าเริ่มขึ้นเมื่อใด ซึ่งสันนิษฐานว่าน่าจะเริ่มตั้งแต่พ.ศ. 2344 เนื่องจากในยุคโบราณไม่มีไฟฟ้าใช้ พระภิกษุสามเณรทุกรูปในอำเภอเวียงสาจึงได้กำหนดเอาวันแรม 2 ค่ำ เดือน 8 หรือหลังเข้าพรรษา 1 วัน จัดพิธีสูมาคารวะ หรือพิธีขอขมาแก่เจ้าคณะอำเภอและพระชั้นผู้ใหญ่ขึ้น ในขณะที่ประชาชนนำเทียนและดอกไม้มาถวายแก่พระภิกษุ-สามเณร เพื่อให้มีแสงสว่างไว้ปฏิบัติศาสนกิจและศึกษาพระธรรมวินัยในยามค่ำคืน อย่างไรก็ตาม งานประเพณีตักบาตรเทียนถือเป็นเอกลักษณ์ที่สืบทอดมานาน อีกทั้งยังเป็นประเพณีที่ส่งเสริมให้คนรู้จักน่านในอีกด้านหนึ่งได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สำนักงานแพร่, 2555)

2) งานตานก๋วยสลาก งานแห่ค้วตาน หรือครัวทาน เป็นประเพณีเก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่ครั้งพุทธกาล สำหรับชาวเหนือถือว่าเป็นประเพณีทำบุญกลางบ้านที่ยิ่งใหญ่และสำคัญ เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น พระภิกษุรับนิมนต์เพื่อมารับการถวายทานโดยการจับสลาก

3) งานประเพณีแข่งเรือจังหวัดน่าน เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมานานต่อมาในพ.ศ. 2479 ได้จัดให้มีการแข่งเรือในงานทอดกฐินสามัคคีสืบทอดมาจนถึงงานทอดกฐินพระราชทานในปัจจุบัน ราวกลางเดือนตุลาคม หรือต้นเดือนพฤศจิกายนของทุกปี โดยถือเอาวันเปิดสนามแข่งเรือตามวันถวายสลากภัตของวัดช้างค้ำวรวิหารซึ่งเป็นวัดหลวง จะจัดงานถวายสลากภัตก่อน งานแข่งเรือประเพณีจังหวัดน่านจึงเป็นประเพณีคู่กับตานก๋วยสลากของวัดช้างค้ำมาจนทุกวันนี้ ภายหลังทางจังหวัดได้ผนวกงานสมโภชงาช้างดำอันเป็นสมบัติล้ำค่าคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดน่านเข้าไปด้วย นอกจากนั้นยังมีงานแข่งเรือที่อำเภอเวียงสาในเทศกาลตานก๋วยสลาก เรือที่เข้าแข่งแต่ละลำใช้ไม้ซุงใหญ่ๆ เอามาขุดเป็นเรือ เอกลักษณ์โดดเด่นของเรือแข่งเมืองน่าน คือที่หัวเรือแกะเป็นรูปพญานาค ชูคอสง่างาม หางเรือเป็นหางพญานาคงอนสูง ประเภทการแข่งขันมีทั้งเรือใหญ่ เรือกลาง และเรือเล็ก รวมทั้งประเภทสวยงาม นอกจากนี้ยังมีการประกวดกองเชียร์อีกด้วย และหากมาในช่วงซ้อมก่อนการแข่งขัน ตอนเย็นๆ จะเห็นชาวบ้าน นักเรียนจับกลุ่มอยู่ริมน้ำเพื่อดูการซ้อมเรือ เชียร์ทีมเรือ และฝีพาย ที่เป็นคนท้องถิ่น เป็นวิถีชีวิตที่มีสีสัน และเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ นับเป็นประเพณีที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

4) งานเทศกาลส้มสีทองและงานกาชาดจังหวัดน่าน จัดขึ้นในเดือนธันวาคมของทุกปี บางปีอาจจัดร่วมกับเทศกาลของดีเมืองน่าน ส้มสีทองเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีชื่อเสียงของ

จังหวัดน่าน พันธุ์เดียวกับส้มเขียวหวาน แต่ส้มสีทองจะมีเปลือกสีเหลืองทองสวยงาม และรสชาติหวานหอมอร่อยกว่า เป็นเพราะอิทธิพลของดินฟ้าอากาศคือ อุณหภูมิระหว่างกลางวันและกลางคืนต่างกัน 8 องศา เป็นเหตุให้สาร “คาร์ทีนอยพิคเมนท์” ในเปลือกส้มเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีทองดังกล่าว กิจกรรมในงานที่น่าสนใจมีหลายอย่าง ได้แก่ การประกวดขบวนรถส้มสีทอง การออกร้านนิทรรศการ การจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากอำเภอต่างๆ และจากเมืองฮ่อน-หงสา สปป. ลาว การแสดงพื้นเมืองและมหรสพต่างๆ อีกมากมาย

5) พิธีสืบชะตา เป็นประเพณีโบราณ มักทำในโอกาสต่างๆ เช่น วันเกิดอายุครบรอบ หายจากการเจ็บป่วย การสืบชะตาถือเป็นการสร้างขวัญกำลังใจ เป็นสิริมงคล และขับไล่สิ่งเลวร้ายให้ผ่านพ้นไป ต่อมามีการประยุกต์พิธีสืบชะตากับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

6) ดนตรีพื้นบ้าน ปิน สะล้อ ซอน่าน โดยพ่อครูไชยลังกา เครือเสน ศิลปินแห่งชาติสาขาศิลปะการแสดง(ดนตรีพื้นบ้าน) คือผู้เชี่ยวชาญปิน (ซึง) และสะล้อ นอกจากนี้ยังสามารถประดิษฐ์เครื่องดนตรี คำร้อง และทำนองเพลงซอปั่นฝ้าย นอกจากนี้ศิลปินแห่งชาติอีกท่านหนึ่งคือ พ่อครูคำผายนุปิง ผู้ขับ “ซอล่องน่าน” ที่เล่าถึงตำนานการสร้างบ้านแปงเมืองน่าน ตามเรื่องเล่าขานกันมาว่า เมื่อพระยาการเมืองอพยพย้ายเมืองจากวรนคร อำเภอปัว มาสร้างเมืองใหม่ที่ภูเพียงแช่แห้ง ขบวนเสด็จแห่ใหญ่โตล่องมาตามลำน้ำน่าน ผู้ติดตามคือ ปู่คำมาและย่าคำปี้ ขับร้องโต้ตอบด้วยปฏิภาณกวี คลอปิน และสะล้อ ด้วยความสนุกสนาน

4.1.6 วัฒนธรรมการกิน

ประเพณีการกินข้าวของคนน่านเรียกว่าการกินขันโตก ซึ่งมีความหมายเดียวกับคำว่าแลง หมายถึงเวลาเย็นหรือค่ำ ซึ่งชาวน่านได้ถือปฏิบัติสืบทอดกันมา นอกจากจะใช้เลี้ยงแขกที่มาเยี่ยมบ้านแล้ว ยังจัดเลี้ยงแขกในงานบุญโอกาสต่างๆ เช่น งานทำบุญที่บ้าน งานประเพณีหมู่บ้าน งานบวชพระหรือสามเณร งานมงคลสมรสต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้อาหารหลักของชาวน่านคือข้างนึ่ง ซึ่งข้าวนึ่งดังกล่าวจะใส่กระติ๊บเล็กๆ ประจำขันโตก หรืออาจจะใส่กระติ๊บขนาดใหญ่ที่เรียกว่ากระติ๊บหลวง อาหารสำหรับการกินข้าวขันโตก ก็จะเป็นอาหารพื้นเมืองของชาวเหนือ เช่น แกงอ่อม แกงแค ไส้อั่ว (ไส้กรอก) จิ้นปิ้ง (เนื้อย่าง) ลาบ น้ำพริกอ่อง น้ำพริกหนุ่ม แคบหมู ผักสด ผักนึ่ง ฯลฯ การรับประทานในประเพณีขันโตกจะนิยมนั่งกับพื้นปูเสื่อที่สานด้วยไม้ไผ่ที่เรียกว่า สาดเติ้ม แต่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเป็นเสื่อธรรมดา หรืออาจจะนั่งกับพื้นไม้ที่ยกสูงขึ้นมาก็ได้

นอกจากนี้อาหารพื้นบ้านที่มีชื่อเสียงในจังหวัดน่าน คือ ไก หรือสาหร่ายแม่น้ำน่าน ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านของชาวไทลื้อมานับร้อยปี เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติในแม่น้ำน่าน จะพบมากที่สุดบริเวณอำเภอท่าวังผา คนไทลื้อนิยามนำไกมาปรุงอาหาร เช่น การทำห่อนึ่ง

ไก ไกยี และคั่วไก สืบทอดกันมาเรื่อยๆ เพราะมีความเชื่อว่าไกเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ทำให้สุขภาพแข็งแรงและอายุยืน ต่อมากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองบัว ได้นำไกมาแปรรูปหลายอย่าง เช่น ไกแผ่น ข้าวตังหน้าไก น้ำพริกไก คุ้กกี้ไก เป็นต้น

4.1.7 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรืออพท. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานแพร่ กรมการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน เทศบาลเมืองน่าน และองค์การบริหารส่วนตำบล

2) ภาคธุรกิจ ได้แก่ มูลนิธิฮักเมืองน่าน สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน โฮงเจ้าฟองคำ ชมรมสามล้อน่าน ริสาสินี รีสอร์ทแอนด์สปา ลำดวนผ้าทอ และจันทร์สมการทอ

3) ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ่อสวก ชุมชนมหาโพธิ ชุมชนวัดพระเกิด ชุมชนบ้านหาดผา ขนชุมชนศรีนาป่าน – ตาแวน ชุมชนบ้านหนองบัว ชุมชนศิลาเพชร และชุมชนบ้านร้องแง

4.1.8 งบประมาณ

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน” สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 3 ตามแผนยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณพ.ศ. 2558 ซึ่งได้ให้ความสำคัญในเรื่องการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม ในประเด็นของการพัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ โดยมีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์คือ 1) ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น 2) ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวสำคัญในภูมิภาค และ 3) สาขาการบริการที่มีศักยภาพสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งมีตัวชี้วัดคือ ภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ต่ำกว่า 1.4 ล้านล้านบาทและจากนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ต่ำกว่า 0.8 ล้านล้านบาทภายในปี 2558 รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับความนิยมและจัดอันดับในระดับโลก และตัวชี้วัดสุดท้ายคือสัดส่วนภาคบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น จากที่กล่าวมาในข้างต้นทำให้เกิดนโยบายการจัดสรรงบประมาณด้านการพัฒนาเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ ดังนี้

1) การดำเนินกลยุทธ์ใหม่ทางการตลาดเพื่อยกระดับตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

2) เร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ และพัฒนาโครงข่ายโลจิสติกส์ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ รวมถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3) พัฒนายกระดับสินค้า บริการ ปัจจัยสนับสนุน และธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน

4) ส่งเสริมการขยายโอกาสทางการตลาด ด้านการลงทุนทั้งในประเทศและภูมิภาคอย่างต่อเนื่องในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงสปาในเชิงธุรกิจ

5) สนับสนุนการดำเนินงานตามภารกิจพื้นฐานของหน่วยงาน

จากที่กล่าวมาในข้างต้นสอดคล้องกับรายงานแสดงแผนการจัดสรรงบประมาณจังหวัดน่าน ประจำปีพ.ศ. 2558 ซึ่งพบว่า สำนักงานนายกรัฐมนตรีได้จัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวให้กับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เป็นจำนวน 33,900,000 บาท โดยแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้ ประเด็นแรกคือฟื้นฟูความเชื่อมั่นและกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุน ในการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว จำนวน 27,000,000 บาท และประเด็นที่สองคือการพัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน จำนวน 6,900,000 บาท

นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้งบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นเงินจำนวน 42,920,000 บาท โดยมีเป้าหมายคือนำไปพัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยการจัดสรรให้แก่หน่วยงานภายใต้สังกัดที่จำนวน 2 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกรมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามงบประมาณสำหรับสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 1,720,000 บาท จะนำไปจัดโครงการส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินการเชิงรุก เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 450,000 บาท รวมถึงนโยบาย แผน และงานด้านการท่องเที่ยวอีก 1,270,000 บาท ในขณะที่กรมการท่องเที่ยว ได้งบประมาณจำนวน 41,200,000 บาท เพื่อนำไปพัฒนามาตรฐานบริการและแหล่งท่องเที่ยว (รายงานแสดงแผนการจัดสรรงบประมาณไปจังหวัด/ต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ 2558 จังหวัดน่าน, 2557)

4.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านมีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน ซึ่งกิจกรรมเชิง

สร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ล้วนมาจากความคิดของคนในชุมชน เนื่องจากเป็นสิ่งเดิมที่ชุมชนเคยทำอยู่ แต่อาจจะมีการเพิ่มกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ในทางกลับกันรูปแบบของกิจกรรมในแต่ละชุมชนจะมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์และวิถีชีวิตเดิมของชุมชนนั้นๆ

ผลการวิเคราะห์เอกสาร จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 รัฐบาลประกาศให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ โดยคำนึงถึงความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวทางการดำเนินงานคือบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ผ่านการบูรณาการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงต้องเสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย และวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติปีพ.ศ. 2555-2559 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 อธิบายถึงการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลอดจนการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงคุณค่าและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งสนับสนุนการส่งเสริมการสร้างบรรยากาศกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ โดยผ่านการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ในขณะเดียวกันงานวิจัยชิ้นนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 5 ในประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนให้ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วม ทั้งนี้ควรมีการกระจายอำนาจ และจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม สำหรับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวพ.ศ. 2558-2560 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ มุ่งเน้นส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชน ในส่วนของแผนพัฒนาจังหวัดน่านปีพ.ศ. 2558-2561 มีการวิเคราะห์สถานการณ์จัดทำข้อมูลเชิงพื้นที่ในจังหวัดน่าน ซึ่งยุทธศาสตร์ที่ 3 เป็นการพัฒนาและสนับสนุน ยกระดับการพัฒนาสังคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรม และสุขภาพ ซึ่งประการแรกคือการสร้างภูมิคุ้มกันให้เยาวชนมีจิตสำนึกรักบ้านเกิด สืบทอดประเพณี วัฒนธรรม ประการที่สองคือการสร้างชุมชนต้นแบบ และประการสุดท้ายคือเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน และองค์กรปกครองท้องถิ่นให้พัฒนาคุณภาพ

ชีวิตของผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส ให้สามารถพึ่งตนเองได้ตามศักยภาพที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

ผลการวิเคราะห์เชิงเอกสาร สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐจำนวน 7 คน ภาคธุรกิจจำนวน 6 คน และชุมชนจำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้น 19 คน ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ 3 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน 2) รูปแบบเชิงพาณิชย์ 3) รูปแบบเชิงพาณิชย์และการสร้างเครือข่ายชุมชน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่อธิบายว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน โดยผู้วิจัยสามารถจำแนกประเด็นในเรื่องเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น 3 ประเด็น โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 รูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 16 คนจาก 19 คน มีความคิดเห็นที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน คือ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านมีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน โดยมีกระบวนการเริ่มต้นคือการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่ต้องการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นก็แบ่งหน้าที่กันในการดูแลกิจกรรม ซึ่งรูปแบบกิจกรรมจะเกิดจากการสร้างสรรค์ของคนในชุมชนควบคู่ไปกับการคำนึงถึงผลประโยชน์ของคนในชุมชนเป็นหลัก การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนผ่านกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิม ในขณะเดียวกันยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ในจังหวัดน่านไว้ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้อีกด้วย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 7 คน มีความคิดเห็นว่า โครงการหรือกิจกรรมที่คิดค้นขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ควรคำนึงถึงความต้องการของคนในชุมชนเป็นหลัก เพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการพานักท่องเที่ยวไปเรียนรู้วิถีชุมชน โดยยึดหลักการพัฒนาคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่าน ต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตให้เข้ากับคนจังหวัดน่าน ไม่ว่าจะเป็นอาหารการกิน ความเป็นอยู่ ชาวบ้านก็จะใช้ชีวิตแบบเดิม นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ศิลปะ วัฒนธรรมดั้งเดิม โดยที่คนน่านจะไม่ปรับเปลี่ยนรูปการดำเนินชีวิตไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐจะเริ่มจากการลงพื้นที่เพื่อไปสื่อสารกับชาวบ้านโดยตรง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันว่าชาวบ้านต้องการพัฒนาไปทางทิศทางใด ในขณะเดียวกันก็จัดกิจกรรมพาคนในชุมชนไปงานตามสถานที่อื่นๆ เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาชุมชนของตนเอง สำหรับชุมชนที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว

ที่น่าสนใจอยู่แล้ว หน่วยงานภาครัฐจึงมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การใช้รถรางเพื่อพานักท่องเที่ยวไปตามแหล่งชุมชน เป็นต้น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน ได้อธิบายไว้ดังนี้

> “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เราไม่ได้เป็นคนคิดขึ้นมา เราไปศึกษาจากผู้รู้ เราเอาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในวาระนานาชาติมาใช้ไม่ได้ มันไม่เวิร์ค เหมือนการตัดเสื้อตัวเดียวแล้วใส่ทุกคน ผมก็ต้องประยุกต์บางอย่างมา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องบวกเจ้าของพื้นที่คือชุมชนไปด้วย แต่ต้องอยู่ในคอนเซ็ปต์เดิมคือเอาคนมาดูคน ไปดูวิถีชุมชน ไปดูว่าเขาทำอะไร ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ไปลองมีประสบการณ์แบบชาวบ้านๆ โดยที่คนในชุมชนนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงอะไร แต่นักท่องเที่ยวเมื่อมาแล้วต้องเปลี่ยนพฤติกรรมให้เข้ากับชุมชนที่ตัวเองมาเที่ยว ซึ่งหน้าที่ของอพท.คือการทำงานเชื่อมในมิติของการรับข้อมูลมาจากชาวบ้าน แล้วก็ประสานงานไปหน่วยงานอื่นๆ เพื่อให้เกิดการดำเนินงาน ตั้งแต่แรกเราต้องเริ่มไปหยั่งเสียงก่อน คุยก่อน ว่าเขาต้องการพัฒนาไปทางไหนแล้วเราก็ไปคิดวิธีให้เขา อีกอย่างหนึ่งคือพาไปดูตัวอย่างที่เขาทำเสร็จมาแล้ว เขาได้รับรางวัลมาแล้ว และเขารวยมาแล้ว เรากระตุ้นชาวบ้านโดยการให้เขาได้เห็นของจริงเลย ไม่ต้องพูดในกระดาษ บางทีเราก็พาไปเปิดโลกทัศน์ พาไปดู 12 ปันนา หลวงพระบาง สถานที่ที่มีความใกล้เคียง แล้วก็ย้อนมาดูบ้านเราเอง ตอนนี้ชุมชนเริ่มตระหนักรู้ว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวเขามา เขามาแล้วเขาชอบอะไรไม่ชอบอะไร เราไม่ใช่หน่วยงานที่เข้ามาแล้วเอาเงินไปให้ แต่เรามาร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผน สิ่งที่ผมคิดไปคุณเห็นด้วยหรือไม่ก็บอกมา ชาวบ้านคนไทยจะมีนิสัยอย่างหนึ่งคือไม่ชอบคุยกันตรงๆ ในที่ประชุมมันต้องอาศัยเวทีที่ไม่เป็นทางการ เขาถึงจะยอมเปิดใจพูดกับเรา เราจะหาผู้มีส่วนร่วมที่จะขยายเครือข่ายสามารถจะช่วยเราได้ โดยเฉพาะในส่วนของเจ้าของพื้นที่เอง เราก็ต้องสร้างกลไกขึ้นมา เช่น การขับเคลื่อนภาคชุมชน เอาหัวหน้าบ้านต่างๆ เป็นพูดแล้วมีคนฟังเราก็จะดึงเขามาเป็นแนวร่วม พวกแกนนำให้เขาถ่ายทอดลงไป เหมือนเขาเป็นสื่อตรงกลาง” (ชุมพล มุสิกานนท์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

ผู้นำชุมชนในจังหวัดน่านค่อนข้างสมัยใหม่ ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีการจัดการที่เป็นระเบียบมากขึ้น ดังที่คุณธนภร พูลเพิ่ม ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ ได้อธิบายว่า

“น่านเขาเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต เพราะฉะนั้นเขาเจอคนหลายองค์กร น่านเป็นอะไรที่พัฒนาเรื่องการท่องเที่ยวนี่ทำยากแต่ก็ง่าย เพราะทุกคนรักบ้านตัวเอง ทุกคนก็จะพยายามโอบอุ้มที่มีอยู่แล้วจะพยายามไม่ให้แตะ แต่ว่าถ้าเราเข้าไปในชุมชนนั้นๆ โดยที่เราใส่ใจ เราภูมิใจที่จะทำให้บ้านเขาดีขึ้นมันง่าย ทุกอย่างมันขึ้นอยู่ชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่ เราจึงจำเป็นต้องสื่อสารกับคนในชุมชน เราจะสื่อสารกับผู้นำกลุ่มที่เราเห็นว่าถ้าเขาพูดแล้วชาวบ้านเชื่อ ตอนนี้ผู้นำชุมชนค่อนข้างสมัยใหม่ บางชุมชนเป็นด็อกเตอร์ บางวัดเป็นด็อกเตอร์ ฉะนั้นวิสัยทัศน์ก็จะไกล ตอนนี้ททท.มาทำการตลาดจะง่าย เวลาสื่อสารอะไรไป ทุกคนจะเข้าใจ แต่ถ้าคนในชุมชนบอกว่าไม่ก็คือไม่ เราก็หยุด แต่ว่าบางทีเห็นว่าการพัฒนามันเป็นไปได้สูง เราก็จะตื้อว่าเราจะช่วยขายให้ คำว่าขายก็คือเราเอาคนมาดู เช่น ตุงก้าคิงที่วัดพระเกิด มันเกิดจากททท. ไปเห็นเราก็เอาไปบอกต่อ นี่คือการที่จะเอาผู้ประกอบการเส้นทางนำร่องมาดูพื้นที่จริง แต่ถ้าคนในชุมชนบอกว่าไม่เอาอย่ามายุ่ง พี่ก็จะไม่แตะ เพราะเป็นความร่วมมือของคนในชุมชน” (ธนภร พูลเพิ่ม, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

คุณนาถนรี ธนะปัญโญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดน่าน ได้อธิบายถึงความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน จากความร่วมมือของคนในชุมชนไว้ดังนี้

“นโยบายเหมือนเป็นแกนเป็นเสาหลักให้เรายึด ส่วนที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้ดีคือชุมชนมากกว่า ชุมชนเขาเข้มแข็งเพียงแต่เราไปบอก เช่น สมมติว่ามีหมู่บ้านหนึ่ง เราก็ไปแนะนำว่าทำอย่างนั้นอย่างนี้นะ พัฒนาเขาเสริมเติมแต่งให้เขาเขาก็จะทำของเขาได้ เหมือนวัดพระเกิดที่ชุมชนเขาเข้มแข็ง ที่ทำตุงก้าคิง เราไม่ได้ไปทำอะไรเลย ในการทำงานต่างๆ จุดหลักคือนโยบาย เราต้องดูว่านโยบายผู้ใหญ่ลงมายังไง เมื่อเราเอานโยบายเป็นตัวตั้งเสร็จ เราก็มาดูจังหวัดว่าท่านผู้ว่าราชการจังหวัดท่านมีนโยบายอย่างไร ทางเทศบาล องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ ที่มีแหล่งท่องเที่ยว เขาคิดกันยังไงเราก็มานั่งคุยกันในเบื้องต้น อาจจะไม่ได้เป็นทางการ แต่เราก็มีคณะกรรมการประชุมกันตลอด ว่าแต่ละฝ่ายคิดอย่างไร เราถึงทำงานกันด้วยความพอใจตกลงกันทุกฝ่าย แนวคิดเชิงสร้างสรรค์มาจากนโยบายแล้วเราก็เอาไปสื่อสารกับชุมชนแล้วก็มาพัฒนา” (นาถนรี ธนะปัญโญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ คุณนรินทร์ เหล่าอารยะ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน ได้อธิบายถึงการมีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการด้านการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน ที่ต้องเกิดขึ้นจากคำร้องขอของคนในชุมชน ดังนี้

> “หนึ่งในหน้าที่ของอบจ. คือ ไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ไปจัดกิจกรรมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือที่เรามักเรียกว่าอีเว้นท์ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การทำสื่อวิดิทัศน์ สื่อเอกสาร และการจัดประชุมสัมมนาให้ความรู้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากร อะไรก็ตามที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเราทำได้หมด เขาเรียกว่าเป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นสนับสนุน ก็คือมีหน้าที่สนับสนุนกระบวนการได้มาของงบประมาณเพื่อไปทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว แต่มันต้องมีคำของบประมาณกระบวนทางกฎหมายเขาเขียนว่า หลักเกณฑ์การได้มาซึ่งเงินหรือกิจกรรมหนึ่งจะต้องมีคำขอนำไปเสนอกรรมการประชาคมแผนท้องถิ่น อันดับแรกถ้าเป็นงานในระดับหมู่บ้านให้ไปประชาคมแผนหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัดตามลำดับ แต่ต้องมีการร้องขอในกระบวนการด้วย กฎหมายเขากำหนดว่าต้องประชาคมอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง อันนี้หมายถึงชาวบ้านนะไม่ได้พูดถึงตัวแทน เราต้องเจอชาวบ้านเพราะเขาเป็นเจ้าของอำนาจที่แท้จริง เมื่อชาวบ้านเขาทำโครงการแล้วเข้าสู่กระบวนการครบทุกขั้นตอน ต่อไปก็เป็นหน้าที่เราที่ต้องไปเสนอสภา” (นรินทร์ เหล่าอารยะ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

มีการกำหนดให้เมืองน่านเป็นจุดต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นการกระตุ้นให้คนในชุมชนหันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ตามที่คุณสุรพล เธียรสูตร นายกเทศมนตรีเมืองน่านได้ให้ความเห็นไว้ดังนี้

> “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาก่อนหน้านี้ประมาณ 3 ปี ทำให้เราเห็นถึงศักยภาพของเมือง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่อยู่ในการดูแลของเทศบาลเมืองน่าน ในขณะเดียวกันก็มองเห็นว่าเมืองนี้ได้ถูกรับรองให้เป็นเมืองเก่า ประกาศโดยมติครม. ปีพ.ศ.2548 ก็เลยคิดว่าน่าจะสร้างศักยภาพของเมืองนี้ในการก่อให้เกิดรายได้ และพัฒนาการท่องเที่ยว หลังจากที่เรากำหนดทิศทางเป้าหมายของการท่องเที่ยวแล้ว เราก็ทำกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม ผมก็เลยกำหนดให้เมืองนี้เป็นเมืองน่าอยู่ ทั้งเรื่องการมีส่วนร่วมของเมืองให้ดูแล้วสะอาดสวยงาม เนื่องจากพื้นที่นี้มีคนขึ้น-ลงรถ ขึ้น-

ลงเครื่องบิน หาข้อมูล รับประทานอาหาร ซื้อของที่ระลึก ซึ่งมันจะทำให้ก่อให้เกิดรายได้ เราก็เลยกำหนดนโยบายว่าเป็นห้องรับแขกของจังหวัดน่าน หมายถึงทั้งเขตเทศบาลเป็นห้องรับแขก แล้วก็ขอรถรางชมเมืองเพื่อทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมเลยทำให้เกิดแนวคิดของการมีส่วนร่วมของชุมชนมากขึ้น หลังจากนั้นก็เกิดการพัฒนาส่วนอื่นๆ ก็คือศักยภาพของชุมชนเช่น การเป็นเจ้าของบ้าน การเป็นห้องรับแขกของจังหวัดน่านย่อมหมายถึงต้องสะอาดและสวยงาม ในขณะเดียวกันเจ้าของบ้านก็ต้องมีน้ำใจ เป็นเจ้าบ้านที่ดี แล้วก็เกิดกระบวนการเชิญชวนชุมชน คนแก่ที่อยู่วัด อยู่ติดบ้านติดโทรทัศน์ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนมากขึ้น แล้วเราก็ใช้รถรางเข้าไปแวะหาเขา ไปชมชุมชนนั้นชุมชนนี้ จึงทำให้เกิดกระบวนการคิดของชุมชนเอง เราก็อาจจะเสริมเป็นบางส่วน เช่นชุมชนบ้านพระเกิดก็เอากุฏิของหลวงพ่อมาทำเป็นพัฒนาชุมชน แล้วก็เป็นสถานที่ทำตุงก้าคิง แต่สำคัญที่สุดคือเราต้องเอารถรางชมเมืองเข้าไปหาเขา รถชมเมืองมาก็จะบรรยายไปตามถนนต่างๆ แต่เราจะกำหนดว่ารถจะแวะจุดไหน จุดไหนที่เข้มแข็งแล้วเราก็จะย้ายที่แวะมันก็จะเกิดพัฒนาการ ปัจจุบันนี้ชุมชนบ้านพระเกิด และชุมชนบ้านมหาโพธิก็เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เราก็อาจจะพิจารณาวัดอื่นที่ชุมชนมีศักยภาพต่อไป" (สุรพล เธียรสูตร, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

อย่างไรก็ตาม มีการจัดเวทีประชาคมเพื่อแสดงความคิดเห็นในการจัดการท่องเที่ยวทั้ง 3 มิติคือ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังที่คุณธารินีย์ ไชยเขียว รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก กล่าวว่า

"เราได้ทำกระบวนการจัดเวทีประชาคม เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าเราจะจัดการท่องเที่ยวใน 3 ด้าน คือ 1)ด้านสังคม คือการมีส่วนร่วมของชุมชน วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เรามีอยู่ เราก็นำมาพัฒนาให้เกิดมูลค่าหรือเป็นเครื่องมือในการท่องเที่ยว 2) ด้านเศรษฐกิจ เราก็จะมีการส่งเสริม สนับสนุนในกลุ่มอาชีพต่างๆ ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของเราจากเครื่องปั้นดินเผา เตาเผาโบราณบ่อสวก 3)ด้านสิ่งแวดล้อม ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในด้านการอนุรักษ์ โดยมีลักษณะคือเราต้อนรับนักท่องเที่ยว วิธีการสื่อสารกับคนในชุมชนเราเริ่มจากกลุ่มอาชีพ เรามีคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลบ่อสวก แล้วเราจะมีตัวแทนกลุ่มต่างๆ และกลุ่มต่างๆ เขาก็จะมีกลุ่มย่อยอีกที เราก็ให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มเข้ามาหารือวางแผนกัน การจัดแผนในหมู่บ้านเราก็สอดแทรกองค์

ความรู้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเราต้องช่วยกันคิด ช่วยกันทำ ช่วยกันวางแผน ผู้รับผลประโยชน์ก็คือคนในชุมชน เราทำท่องเที่ยวชุมชนเราต้องนำภูมิปัญญาท้องถิ่นวิถีชีวิตเหล่านี้ที่เรามี เอามาพัฒนาหรือเติมแต่งให้เพิ่มมูลค่า เราก็จะเกิดรายได้" (ธารินีย์ ไชยเขียว, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2559)

คุณเชาวนา เขื่อนปิง นักพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของคนในชุมชนไว้ดังนี้

"เวลาจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในชุมชน เรามีคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ก่อนที่จะทำโครงการเราก็เชิญคณะกรรมการมาก่อน เอาแกนนำเข้ามา บอกว่าเราจะทำแบบนี้ เขาเห็นด้วยไหม จะเพิ่มเติมในส่วนไหนบ้างคณะกรรมการก็เป็นคนในชุมชน เช่น ท่องเที่ยวชุมชน หัวหน้าบ้าน เราก็มาประชุมกัน...สำหรับชุมชนบ้านพระเกิดตอนที่พี่เริ่มทำ นักท่องเที่ยวเค้าก็รู้จักกันแล้ว เราก็ไปหารือกับคนในชุมชนบ้านพระเกิดว่าเทศบาลมีรถราง จะให้รถรางพานักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยว เพราะชุมชนของเขามีของเก่าอยู่ ตอนนี้เขากำลังเอาความรู้ภูมิปัญญาในชุมชนมารวบรวม ซึ่งตอนแรกเขาคิดว่าจะตั้งใจทำเป็นที่เก็บของเก่า แล้วก็คิดว่าจะทำเป็นเป็นแหล่งเรียนรู้ เราก็มาหารือกัน ตอนนั้นคำว่าพิพิธภัณฑ์ชุมชนกำลังฮิตขึ้นมา พี่ก็เลยเสนอชื่อนี้เขา เพราะว่าคำว่าแหล่งเรียนรู้มันเก่าไป แต่ถ้าเป็นคำว่าพิพิธภัณฑ์มันก็จะกว้างขึ้นก็เลยตกลงเป็นชื่อพิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านพระเกิด ชุมชนอื่นๆ เช่น มหาโพธิก็เริ่มจากรถราง พอรถรางผ่านทำให้ชุมชนมีการตื่นตัว รู้ว่าเทศบาลกำลังส่งเสริมการท่องเที่ยว หน้าบ้านเขาก็จะสะอาด โดยพื้นฐานคนน่านเขาจะมีอัธยาศัยดี ทักทายยิ้มแย้มแจ่มใส เขาก็เต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยว พอรถรางผ่านก็เกิดการพัฒนา แต่ละบ้านก็เกิดการตื่นตัว" (เชาวนา เขื่อนปิง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2559)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจ มีจำนวน 3 คนที่แสดงความคิดเห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านมีลักษณะเป็นเครือข่ายชุมชน โดยเห็นว่ากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในธุรกิจส่วนใหญ่จะเลือกใช้คนในชุมชนเป็นหลัก รวมถึงต้องอาศัยความร่วมมือกับชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ดังที่คุณภัทราภรณ์ ปราบริบู เจ้าของธุรกิจโฮงเจ้าฟองคำ ได้อธิบายไว้ว่า

“ปัจจุบันคุณป้าเป็นผู้ดูแลโฮงเจ้าฟองคำ ซึ่งโฮงนี้เป็นกองกลางของตระกูล บทบาทในการทำงานด้านการท่องเที่ยวก็คือจะเป็นผู้สื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวมาชมว่า ในอดีตเรามีวิถีชีวิตอย่างไร และปัจจุบันเรายังคงวิถีชีวิตนั้นอยู่ในบางส่วน ซึ่งไม่ใช่ทั้งหมด คุณป้าจะบอกนักท่องเที่ยวตลอดว่าแต่ละชุมชนมีอะไร แนะนำเขาไป ตอนนี้เราก็กำลังฝึกนักสื่อความหมายไว้ 2 คน เอาไว้สื่อความหมายในวันเสาร์-อาทิตย์ที่มีคนเยอะ นักสื่อความหมายมีหน้าอธิบายแหล่งท่องเที่ยว เช่น อยากทำตุงก้าคิงให้ไปชุมชนวัดพระเกิด อยากแกะพระไม้ให้ไปชุมชนมหาโพธิ เราจะบอกนักท่องเที่ยวตลอด...แรกเริ่มกรุ๊ปทัวร์มาบอกให้คุณป้าสอนทำน้ำเงี้ยว ข้าวซอย หลังจากนั้นมหาวิทยาลัยมหิดลก็พาเด็กมา เขาบอกว่าอยากทำขนม คุณป้าก็ไปบอกคนในชุมชนให้มาช่วยเด็กทำขนม แล้วเงินที่เหลือก็เป็นกำไร เวลาสอนคุณป้าก็ไม่ได้สอนเอง คุณป้าก็ให้คนในหมู่บ้านที่เขาเก่งมาสอน แล้วก็ให้ค่าวิทยากรเขาไป คุณป้าจะมีคนทำอยู่ เช่นถ้าจะทำน้ำเงี้ยวต้องติดต่อคนนี้ ทำขนมติดต่อคนนี้...ที่นี่มีกิจกรรมหลายอย่างที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม เช่นกรวยดอกไม้ น้ำเงี้ยว ข้าวซอย ปักหน้าหมอน ทอผ้า หรือปักถุงผ้า ตอนเรียนทอผ้าเราก็สอนให้ฟรี เราจะเอาแต่ค่าวัสดุ คุณป้าเริ่มทำมา 5 ปีแล้ว แต่พึ่งมาขายผ้าได้ปีเศษๆ เมื่อก่อนไม่ได้ขาย ที่ขายเพราะนักท่องเที่ยวเขามาเที่ยวแล้วเขาอยากได้ของติดมือไป เขาก็แนะนำให้เราขาย เพราะบ้านเราเปิดให้เขาชมฟรี ซึ่งไม่ค่อยมีใครเขาทำกันแล้ว เราไม่อยากทำอะไรให้เป็นธุรกิจไปหมด เราคิดว่าอะไรก็ตามที่มันแพง มันก็จะไม่ยั่งยืน” (ภัทราภรณ์ ปราบริบู, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ธุรกิจจันทร์สมการทอ ของคุณจันทร์สม พรมปัญญา ยังเป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านการทอผ้าสำหรับนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ความเห็นไว้ดังนี้

“ป้าเป็นเจ้าของธุรกิจชื่อจันทร์สมการทอ เป็นกลุ่มทอผ้าที่ได้ 5 ดาว แต่ในธุรกิจนี้ป้ามีศูนย์เรียนรู้ด้วย สำหรับให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้เรื่องการทอผ้า ถ้าคนในชุมชนหรือไม่ว่าใครต้องการเรียนรู้การทอผ้าก็มาหาป้า ป้าก็จะจัดสอนให้ ป้ามีอุปกรณ์ให้ทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นเครื่องทอผ้า วัสดุ เส้นฝ้าย เส้นไหม แล้วก็มีวิธีการทอลายต่างๆ ป้าจะเป็นคนจัดการสอนให้ฟรี เขาแค่มีมือมา ถ้าเขาทำเป็นแล้วเขาก็รับกลับไปทอที่บ้านหรือบางคนก็นั่งทอที่นี่ คนที่มาทอส่วนใหญ่เขารู้ว่าป้าทำแบบนี้เพราะครอบครัวป้าทำมานานแล้ว เราตั้งกลุ่มขึ้นมาตั้งแต่ปี 2518 คนที่มาทำก็เป็นการสืบต่อ

จากรุ่นสู่รุ่น คือแม่เขามาทอผ้าก่อน พอแม่แก่ลูกก็มาทำต่อ ทีนี้คนที่มาทอหรือสมาชิกเขาจะคิดเป็นผลรายได้ แต่ละลายราคาก็ไม่เท่ากัน ผ้าที่ทอเสร็จก็จะอยู่ที่ป้า ป้าจะเอาไปขายหรือทำอะไรก็แล้วแต่ป้า" (จันทร์สม พรมปัญญา, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

คุณบุญชู เทพเสน คณะกรรมการดำเนินงานฝ่ายผลิตธุรกิจสาหร่ายไก ได้อธิบายเกี่ยวกับลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ไว้ดังนี้

"ไกเป็นอาหารคู่หมู่บ้านของเรามานานแล้ว ไกมีลักษณะเป็นสาหร่ายที่อยู่ในแม่น้ำน่านจะออกตามฤดูกาล เราเอาไกมาแปรรูปเป็นสาหร่ายแผ่น เรารวมกลุ่มกันทำ เราก็ให้คนมาสมัครเป็นสมาชิกกลุ่ม เราก็ออกหุ้นกัน ตอนนี้จะมีอยู่ 180 กว่าหุ้น พอเวลาไกมันออก สมาชิกกลุ่มเขาก็จะไปเก็บจากแม่น้ำเอาไปตากแห้งแล้วเอามาขายเรา เราก็ซื้อจากสมาชิกกลุ่มบ้าง ซื้อจากที่อื่นบ้าง สมาชิกกลุ่มเขาก็จะมีรายได้จากส่วนนี้บ้าง ส่วนคนทำตอนนี้มี 6-7 คนที่มาทำ เพราะรายได้มันไม่เยอะ เวลาขายเราก็ต้องหักค่าเสื่อม ค่าเสื่อมก็คือค่าแก๊ส ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ เราลงทุนไปเท่าไหร่เดือนนี้ เหลือเราก็เอาแบ่งกันได้วันละ 100 บาท บางคนเขามาทำมันไม่พอใช้ เพราะเขาต้องส่งลูก ก็เลยมีแต่คนแก่มาทำ" (บุญชู เทพเสน, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

สำหรับกลุ่มชุมชน พบว่า มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 6 คนที่มีความคิดเห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน โดยมีกระบวนการเริ่มต้นคือการรวมกลุ่มของชาวบ้านเพื่อต้องการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นก็มีแบ่งหน้าที่กันในการดูแลกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เพื่อต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดให้เกิดความยั่งยืน ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในรูปแบบของการสร้างเครือข่ายชุมชน จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนโดยผ่านกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตดั่งเดิม ในขณะเดียวกันยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ในจังหวัดน่านไว้ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้อีกด้วย แม้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชนเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างกันทางด้านกิจกรรม เนื่องจากเป็นวิถีชีวิตเดิมที่ชุมชนดำรงอยู่ ในขณะเดียวกันยังมีการเพิ่มกิจกรรมบางอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คุณสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์ ตัวแทนจากชุมชนบ่อสวก ได้ให้ความเห็นในประเด็นนี้ว่า

“เดิมทีตำบลบ่อสวกมีกระบวนจัดการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเราเป็นแหล่งโบราณคดี อายุประมาณ 700-800 ปี เมื่อก่อนนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มคนนอกพื้นที่รู้จักบ่อสวกก็คือเป็นแหล่งโบราณคดี และเตาเผาโบราณ นักท่องเที่ยวเขาก็เข้ามาดูเตาเผาโบราณแล้วก็กลับแค่นั้น แต่เราได้โอกาสจากอพท. เอาตำบลเราไปเชื่อมโยงกับพื้นที่เมืองเก่าน่าน โอกาสช่วงแรกก็คือพัฒนาคน พัฒนาองค์ความรู้ให้คนในชุมชนก่อน เอาผู้นำไปเรียนรู้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนคืออะไร เราไม่รู้จักการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่เราก็ได้เห็นชุมชนที่เขาเข้มแข็งเขาทำกันมาก่อน เรามีแรงบันดาลใจคือบ้านปราสาทเพราะเขาเป็นท่องเที่ยวโบราณคดี เราได้ไปดูงาน ไปวิเคราะห์ว่าเราก็มีแหล่งโบราณคดีเหมือนกัน เราน่าจะจัดการท่องเที่ยวได้ เราก็มาจัดกระบวนการโดยการคัดคนในพื้นที่มาร่วมเป็นคณะกรรมการก่อน เป็นคณะกรรมการในนามของชมรม จึงเกิดเป็นชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลบ่อสวกขึ้น...นี่เป็นจุดประกายที่ทำให้เราเชื่อมโยงว่าท่องเที่ยวแหล่งโบราณคดีและสัมผัสของดีวิถีบ่อสวก เราก็เลยเอาวิถีวัฒนธรรมที่มันมีอยู่มาตกแต่งเสริมสร้างให้มีเอกลักษณ์ แล้วก็เชื่อมกับกลุ่มต่างๆ เช่นกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มผ้าทอ กลุ่มจักสาน กลุ่มหมู่บ้านผลิตน้ำอ้อยโบราณป่าคา เราก็เลยเอากระบวนการเหล่านี้มาเชื่อมต่อให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากมาดูแล้วให้นักท่องเที่ยวเขาได้ดูแล้วก็ลงมือทำด้วย ทุกกิจกรรมนักท่องเที่ยวก็สนใจ แต่กิจกรรมที่เขาลงมือเองคือกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เขามาปั้น มาทดสอบ มาลอง แล้วก็ที่โรงทอนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมาเรียนรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการย้อมผ้า การหมักโคลน การหมักดิน ตอนนี้เขามีกระบวนการสาธิตตั้งแต่การได้ฝ้ายมา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบ เพราะเขาได้ลงมือได้เรียนรู้จริง เราอาจจะสอนให้เป็นไม่ได้ แต่นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส และรู้ถึงขั้นตอนการทำ แต่อาจจะไม่ได้ลงไปทำ 100%” (สุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

ซึ่งคุณสมเกียรติ ใหม่วงศ์ ตัวแทนจากกลุ่มชุมชนศิลาเพชร มีความเห็นในลักษณะที่คล้ายคลึงกันเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการรวมกลุ่มของคนในชุมชน โดยมีกิจกรรมที่โดดเด่นด้านการทำการเกษตรกรรม ดังนี้

“การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม เราทำมาตั้งแต่ปี 2551 เพราะเราไปดูงานมาหลายที่ เห็นชุมชนอื่นมีเราก็อยากทำในชุมชนของเราบ้าง เราก็เลยมาตั้งกลุ่มรวมกลุ่มกันได้ 10 คน แบ่งกันเป็นประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ รวมกลุ่มใน

ชุมชน ทั้ง 10หมู่บ้าน รับสมัครเข้ามา พออบรมได้ความรู้เพิ่มมาประยุกต์ สมาชิกกลุ่มก็จะมาประชุมกันว่าจะทำอย่างไรให้มันยั่งยืน ในชุมชนศิลาเพชรมีการเกษตร ปลูกพริก ปลูกผักปลอดสารพิษ ทำนา แต่ก่อนเรามีหลายอย่าง การศึกษาดูเกี่ยวกับพื้นที่การเกษตร การเลี้ยงหมู เลี้ยงปลา เลี้ยงเป็ด เลี้ยงไก่ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบที่สุดส่วนใหญ่จะเป็นหน้าปลูกข้าว เกี่ยวข้าว เวลานักท่องเที่ยวมาเขาก็มาช่วยชาวบ้านทำกับข้าวด้วย" (สมเกียรติ ใหม่วงศ์, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

สำหรับชุมชนมหาโพธิ มีความโดดเด่นทางกิจกรรมด้านการแกะพระไม้ ตามที่คุณเพลินจิต พ่วงเจริญ ได้กล่าวไว้ว่า

"ตอนแรกเราเริ่มประดิษฐ์วัสดุดอกไม้จันทน์ด้วยล๊อตเตอรี่เก่า การทอหมู่หรือการทอผ้า การแกะพระไม้ เรื่องวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชอบก็คือฟ้อนแง้น แต่พออพท.เข้ามาก็มีกิจกรรมเพิ่มขึ้น เพราะเราได้ไปเรียนรู้จากเขา เขาไม่ได้สั่งเรา เราไปอบรมแล้วก็จุดประกายความคิดขึ้น อย่างบ้านเรามีอัตลักษณ์การแกะพระไม้ เราก็ให้นักท่องเที่ยวมาแกะ เราจะมีโครงไว้ให้แค่เขามาเติมหน้าตา พอแกะพระเสร็จแล้วเขาก็บูชากลับบ้าน มันก็จะเกิดความยั่งยืน...สำหรับการรวมกลุ่มในชุมชน เราไม่ได้บังคับให้ชาวบ้านเขาตั้งกลุ่ม เราแค่เป็นหัวแรงในการเป็นหัวหน้าตั้งกลุ่มขึ้นมา ที่นี่เรามีหลายกลุ่ม เช่นกลุ่มเยาวชนในเรื่องวัฒนธรรม ก็จะมีในเรื่องฟ้อนรำ ฟ้อนล่องน่าน ฟ้อนแง้น ฟ้อนมองเชิง ตีกลองปู่จา รำวงมะเก่า กลุ่มขยะรีไซเคิล กลุ่มคนรักวัด กลุ่มแกะพระไม้ กลุ่มรีไซเคิลดอกไม้จันทน์ กลุ่มประดิษฐ์ใบตอง เรามีการประชุมเสวนา มาร่วมแสดงความคิดเห็น ทำประชาวิจารณ์ ประชาคม" (เพลินจิต พ่วงเจริญ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

ในขณะที่ชุมชนบ้านหาดผาขน มีจุดเริ่มต้นด้านการท่องเที่ยวจากการทำโฮมสเตย์ ต่อมาได้มีการรวมกลุ่มเพื่อจัดกิจกรรมเพิ่มเติมส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามที่คุณทองเพียร ปะนะ ได้อธิบายดังนี้

"การท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมเกิดจากชาวต่างชาติชื่อคุณวิสา เป็นชาวฝรั่งเศสเขามาแนะนำให้ก่อนตั้งโฮมสเตย์แล้วก็กำหนดกิจกรรมต่างๆเพิ่มขึ้น เรามีการตั้งกลุ่มในชุมชน เราจะมีการประชุมกัน กิจกรรมแต่ละกิจกรรมเราก็จะแบ่งเป็นกลุ่ม เช่นพิธีบายศรีสู่ขวัญ

กลุ่มแม่บ้านเป็นคนทำ ดนตรีไทยก็กลุ่มเยาวชน ล่องแพคือกลุ่มร้านค้าด้านล่าง ใครทำอันไหนก็ได้เงินไปเลย อย่างโฮมสเตย์เราก็จะมีการเรียงคิว พอแขกมาก็ให้ไปตามลำดับ บางคนขายของอยู่อยากจะเปลี่ยนเป็นพานักท่องเที่ยวเดินป่าเขาก็สามารถทำได้ แต่ต้องมาแจ้งกับป้าว่าอยากเปลี่ยนกิจกรรม เพราะเรามีการจัดคิว" (ทองเพียร ปะนะ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้คุณเปล่ง มโนวร ตัวแทนจากชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวน ได้อธิบายถึงการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ดังนี้

"ปี 2550 เราเริ่มมีความรู้ด้านการทำไร่ชา และเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม รวมถึงมีหน่วยงานต่างๆ เข้ามาช่วยดูแพ็กเกจ และนำสารในชาไปตรวจสอบว่ามีคุณภาพอะไรบ้าง นอกจากนี้ชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวนก็มีเปิดให้นักท่องเที่ยวพักแบบโฮมสเตย์ แล้วเราก็ใช้การประชาสัมพันธ์กับชาวบ้านว่ามีใครต้องการเข้าร่วมโครงการต้อนรับนักท่องเที่ยว ชาวบ้านที่เขาสนใจเขาก็จะมาลงทะเบียน แล้วเราก็จัดอบรมให้ความรู้กับชาวบ้านเกี่ยวกับการดูแลบ้าน การต้อนรับนักท่องเที่ยว...เรามีการตั้งกลุ่มในชุมชน และมีร้านกาแฟ Teaphanaa ซึ่งเป็นของชุมชน เราก็ใช้คนในชุมชนมาขาย การบริหารจัดการเงินปันผลก็เอาเข้ากับกลุ่ม บางส่วนก็เอาเข้ากับชุมชนเช่น มันจะมีเปอร์เซ็นต์ของการบริหารจัดการอยู่" (เปล่ง มโนวร, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

ชุมชนบ้านพระเกิดมีความโดดเด่นด้านการทำตุงก้าคิง ซึ่งคุณดรุณี เทียมแสนได้ให้ความคิดเห็นไว้ดังนี้

"อาจารย์คำรพเป็นคนคิดเรื่องการทำตุงขึ้นมา เราเพียงคิดขึ้นมาเพื่อให้พิพิธภัณฑ์ที่วัดพระเกิดมีชีวิตชีวา นักท่องเที่ยวที่มาก็ได้พบปะกับผู้สูงอายุ นี้เป็นความตั้งใจของอาจารย์คำรพ ตอนนี้มีคนทำตุงที่วัดพระเกิดรวมทั้งหมดก็ 20 คน คนที่ทำก็ยังเป็นคนเดิม เรามีการตั้งกลุ่มกัน ตอนนี้ตุงก้าคิงเราขึ้นเป็นชิ้นละ 200 บาท เวลาจัดสรรรายได้ เราเอาเข้าเป็นกองกลาง 100 บาทอีก100 เราก็มาแบ่งเป็นค่ากรีด ค่ากระดาษ ค่าแรงนิดหน่อย คือเราทำแล้วมันสบายใจ...นักท่องเที่ยวเขาจะใช้ตุงนี้ไปไหว้ต่างๆ ในจังหวัดน่าน เวลาเราทำเราจะยึดความสูงของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เพราะถือว่าเป็นตัวแทนที่ใช้สะเดาะเคราะห์เป็นตัวแทนในการสืบชะตา นักท่องเที่ยวเขาจะมาติดตา ติดจมูกของตุงเอง แต่เราจะ

เตรียมอุปกรณ์ไว้ให้เขา เพราะเขาไม่มีเวลามาก เพราะพอทำตุงเสร็จก็ต้องเอาตุงไปเข้าพิธีกรรมใช้เวลารวมกันอีกเกือบชั่วโมง เราถึงได้รางวัลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์" (ดรุณี เทียมแสน, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

4.2.2 **รูปแบบเชิงพาณิชย์**

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจจำนวน 1 คนจาก 19 คน มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในเชิงพาณิชย์ โดยมีเหตุผลมาจากการบริหารจัดการธุรกิจมีเพียงแค่คนในครอบครัวเท่านั้น รวมถึงกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในธุรกิจดังกล่าว เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากความชอบหรือความสนใจของเจ้าของธุรกิจเพียงอย่างเดียว ซึ่งคุณชโลมใจ ชยพันธนาการ เจ้าของธุรกิจ บ้านๆ น่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม ได้ให้รายละเอียดไว้ดังนี้

"ปัจจุบันครูทำที่พัก ที่พักของครูจะเรียกตัวเองว่าเกสต์โฮม ให้ความรู้สึกว่าเป็นบ้านของแขก เรามีความรู้สึกว่าแขกที่มาเมืองน่านจะเป็นแขกที่ใกล้ชิดกัน ไม่ได้ใกล้ชิดกันถึงขั้นที่เป็นโฮมสเตย์ แต่ไม่ได้ห่างกันเหมือนเกสต์เฮ้าส์ มันก็เลยเป็นเกสต์โฮม เพราะฉะนั้นสิ่งที่ครูทำก็คือ เวลาเราทำที่พักเราก็ให้แขกกับตัวเราเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน มันจะมีความรู้สึกที่มากกว่าความเป็นคุณเข้ามาแล้วก็ออกไป แล้วเราก็จะตั้งโจทย์ให้ตัวเองว่าเราชอบแบบไหน ครูชอบคืออ่านหนังสือ ครูทำห้องสมุดขึ้นมาในบรรยากาศที่น่ามาอ่านหนังสือ นักท่องเที่ยวที่ชอบอะไรทำนองนี้เขาก็มาตรงนี้ จุดนี้เลยเป็นจุดที่ถ้าจะมองเชิงวิชาการก็คือมันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่ตอนครูทำ ครูไม่ได้คิดหรอกว่ามันส่งเสริมหรือไม่ส่งเสริม แต่ครูอยากจะทำประมาณนี้ก็เลยทำ ในเกสต์โฮมของครูก็จะมีร้านกาแฟ แต่ร้านกาแฟนี่พึ่งมาทีหลัง ครูก็เปิดเฉพาะเสาร์-อาทิตย์ ห้องสมุดกับกาแฟ และที่พักอีก 4 ห้อง ของอื่นๆครูทำเองบ้าง ของในแนวที่ครูชอบบ้าง ซื้อมาขาย ในแนวที่ครูทำเองอย่างเช่นโปสการ์ดทำมือก็จะเป็นภาพถ่ายเกี่ยวกับบ้านๆน่านๆที่ครูถ่ายเอง ถ้านักท่องเที่ยวเขาชอบ มันก็เป็นรายได้ให้กับครู ที่นี่เป็นธุรกิจครอบครัวทั้งหมด รายได้จากที่พักครูให้แม่ครูทั้งหมด แต่ว่าค่าข้าว ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ก็ใช้เงินในส่วนของที่พัก ส่วนห้องสมุดกับกาแฟครูก็หายครึ่งกับน้องชาย" (ชโลมใจ ชยพันธนาการ, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2559)

4.2.3 **รูปแบบเชิงพาณิชย์และการสร้างเครือข่ายชุมชน**

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด 19 คน มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจ จำนวน 2 คนที่เห็นว่า การดำเนินงานกิจการหรือธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะผสมผสานระหว่างรูปแบบเชิงพาณิชย์และรูปแบบของการสร้างเครือข่ายชุมชน จะเห็นได้ว่าในอดีตกิจการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มนี้ ยังคงเป็นการดำเนินการในรูปแบบธุรกิจเชิงท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเพียงแต่การแสวงหาผลกำไร อย่างไรก็ตามภายหลังได้มีการเปลี่ยนรูปแบบของกิจการมาเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการร่วมมือกับชุมชนรอบข้างในการดำเนินงานกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน อีกทั้งยังพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนได้ ตามที่คุณสัจพงษ์ จินตพงษ์ เจ้าของธุรกิจริสาสินีรีสอร์ทแอนด์สปา ได้แสดงความคิดเห็นว่า

> “ธุรกิจของผมเป็นการนวดเพื่อสุขภาพ หลังจากนั้นเราก็เพิ่มสปาเพื่อสุขภาพขึ้นมา เราก็ต้องทำห้องสปา เพราะสปาเป็นการนวดระบบน้ำ แล้วเราก็ขอใบอนุญาตเป็นสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ถูกต้องตามกฎหมาย การบริการของพี่จะเป็นภาคกลางวัน เริ่มตั้งแต่ 10 โมงจนถึง 2 ทุ่ม หลังจากที่เราทำสปาแล้ว นักท่องเที่ยวที่มาเขาก็แนะนำให้เราทำห้องพักเผื่อลูกค้ามาพัก มาเที่ยวแล้วก็มานวด เราก็เลยทำสัก 4 ห้องพอ จะได้ไม่ต้องขออนุญาตโรงแรม มันจะทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานสูง เราก็สามารถดูแลเป็นธุรกิจขนาดเล็กได้ หลังจากนั้นททท.เขามาให้ข้อมูลเราเกี่ยวกับโครงการ 7 Green มาแนะนำส่งเสริมให้ทำธุรกิจแบบสีเขียว ซึ่งโครงการนี้เข้ามาช่วยให้ธุรกิจเริ่มมองว่า การทำธุรกิจแบบรักสิ่งแวดล้อมมันเหมาะสำหรับเมืองเล็กๆ อย่างน่าน เนื่องจากมันสามารถเริ่มต้นได้ พอเราทำเป็นระบบกรีน กรีนมันมีหลายกรีน แต่ใน 7Green มันจะมีหนึ่งกรีนที่เราต้องไปเชื่อมต่อกับชุมชน ในเรื่องของการส่งเสริมชุมชนโดยให้ทำผลิตภัณฑ์มาฝากเราขาย และส่งเสริมให้คนในชุมชนมาทำงานกับเรา รวมทั้งอาหารถ้าเป็นแบบกรีนเราต้องไปอุดหนุนกับคนในพื้นถิ่นเอามาเสนอให้ลูกค้าทานในตอนเช้า สำหรับเรื่องการส่งเสริมให้คนในชุมชนมาทำงานกับเรา จะเห็นได้ว่าพนักงานในเมืองน่านจะน้อย ถ้าเขาจะมาทำงานกับเราในเบื้องต้นเขาต้องไปเรียนกับสถาบันที่ให้การรับรองก่อน แล้วเราก็จะสอนเพิ่มเติมไป มันทำให้เขามีอาชีพ มีรายได้ เขาก็จะมีเงินไปเลี้ยงดูครอบครัว เมื่อก่อนค่าครองชีพมันต่ำรายได้อาจจะเดือนละ 8,000-9,000 บาท แต่ 7 ปีผ่านไปธุรกิจมันเปลี่ยนแปลงรายได้ของเขาก็เพิ่มขึ้น ตอนนี้รายได้ก็เกือบ 20,000 บาทต่อคน ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เราสามารถพอจะเอามาขายได้ เช่น การทำลูกประคบ เราก็รับของเขามาขาย ใน

เบื้องต้นเราอาจจะไปสอนเขาก่อน เพราะว่าลูกประคบที่ชาวบ้านทำอาจจะไม่มีคุณภาพมากนัก ผลิตภัณฑ์มันไม่แน่นพอที่เราจะมาประคบลูกค้าได้ เราก็ไปสอนเขา แล้วเขาก็เอามาขายเรา เขาก็เริ่มจากการปลูกพืชสวนครัว แล้วก็เอาไปตาก อบ แล้วก็ปั้นเป็นลูก ส่วนหนึ่งเราก็แนะนำให้เขาเอาไปขายโอทอป ทำให้เขามีรายได้ นี่ก็เป็นการเชื่อมต่อกับชุมชน...หลังจากนั้นเราก็เข้าร่วมกับอพท.เรื่องโครงการ Low Carbon ไม่เอาถ่าน ในภาคบริการของเราเอง เรื่องห้องพักเราก็เริ่มปรับเปลี่ยนแอร์เป็นเบอร์ 5 หลอดไฟไส้ถูกๆ ต้องมาซื้อหลอดราคาแพงๆ ใส่ ราคาจาก 20 บาทก็เพิ่มเป็น 100 บาท แต่เราก็ทยอยเปลี่ยนมันเสียเราก็เปลี่ยนทีละดวง ตรงนี้เป็นการลดโลกร้อน โดยการใช้อุปกรณ์ที่ลดพลังงาน โครงการนี้ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมด้วย โดยอพท.เริ่มคิดค้นโครงการท่องเที่ยวแบบสีเขียวโดยการไปโฆษณากับผู้ที่มาใช้บริการว่าการท่องเที่ยวแบบสีเขียวนี่เป็นอีกมิติหนึ่ง มีพาสปอร์ตของโครงการสีเขียวซึ่งมีแนวร่วมคือโรงแรม ร้านอาหาร และชุมชน ถ้าคุณเที่ยวแบบสีเขียว คุณก็จะได้แสตมป์เป็นพาสปอร์ต ซึ่งวิธีที่จะได้แสตมป์สีเขียวคือเวลาคุณมาพัก คุณมานวด การมาของคุณต้องไม่ใช่การขับรถมา คุณจะต้องปั่นจักรยานหรือมาโดยที่ไม่สร้างมลภาวะ หรืออาจะนั่งรถมาเป็นกลุ่ม ก็ถือว่าเป็น Low Carbon เหมือนกัน เพราะไม่ได้มาคนละคัน แต่โดยส่วนใหญ่เขาจะขี่จักรยานกันมา หลังจากมานวดแล้วแสตมป์กับเรา เขาก็ไปร้านอาหาร ร้านกาแฟที่อยู่ในเครือข่ายของ Low Carbon อันนี้คือสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เมื่อนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจจะทำกิจกรรมดังกล่าวแล้ว อพท.ก็จะมีรางวัลเล็กๆ น้อยๆให้ รางวัลก็ไม่ได้ใหญ่โตอะไร แต่เป็นการสร้างจิตสำนึกของการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการลดความร้อนในบรรยากาศ หรือ Low Carbon นั่นเอง" (สัจพงษ์ จินตพงษ์. สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

ในขณะที่คุณพนม แก้วเทพ เจ้าของธุรกิจลำดวนผ้าทอ ได้อธิบายถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเป็นพาณิชย์และการสร้างเครือข่ายชุมชน ไว้ดังนี้

"ผมทำธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งทอ มีพวกผ้าลายน้ำไหล ลายไทลื้อ เป็นผ้าลายโบราณที่เราทำอยู่แต่เดี่ยวนี้ก็เริ่มทำเสื้อผ้าแฟชั่นบ้าง แต่จะมีเพิ่มเป็นพวกผ้าสำเร็จ มีร้านกาแฟด้วย เมื่อก่อนเราเปิดเป็นโฮมสเตย์แต่ไม่มีเวลาให้ลูกค้า ก็เลยเลิกทำแล้ว ตอนนี้ก็หันมาทำสถานที่พักผ่อนหย่อนใจเป็นเชิงท่องเที่ยวดีกว่า การทำธุรกิจแบบนี้มันเริ่มจากการที่ผมเป็นคนเดินทางบ่อย เวลาที่ไม่มีที่นั่งพักหรือเอนหลัง ผมรู้สึกว่ามันเหนื่อย แต่ถ้าทำธุรกิจ

แบบนี้ เวลาผู้หญิงเขาไปเลือกซื้อผ้า คนขับก็อาจจะมานั่งดื่มกาแฟชมบรรยากาศ ผู้หญิงเขาก็จะมีเวลาเลือกสินค้านานขึ้น พนักงานเราใช้คนในพื้นที่ทั้งหมด เพื่อเกิดรายได้ให้กับคนในชุมชน การจ้างงานจะหมุนเวียนอยู่ในชุมชนของเรา เราไม่ได้เอาคนข้างนอกมา เราเน้นคนในพื้นที่มากกว่า การกระจายรายได้มีทั้งแบบเป็นเงินเดือน และเป็นชิ้นงาน งานแบบนี้ต้องมีเวลาถึงทำได้ แต่ถ้าเขารับงานของเราไปทำที่บ้าน เขาว่างตอนไหนก็สามารถทำได้เลย ถ้ามาทำที่นี่ต้องเข้าออกตามเวลาแต่ถ้าอยู่บ้านเขาทำเอง เวลาว่างแค่ 10-20 นาที เขาก็จะสามารถทำงานได้ มันไม่ต้องมีเวลาเยอะ ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ส่วนการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมในกิจกรรมมันเริ่มจากมีกรุ๊ปทัวร์มาติดต่อขอเรียนทอผ้า เพราะเราจะมีการโชว์เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน ชุมชนที่นี่จะเป็นชุมชนไทยลื้อ เราขายความเป็นชาวบ้าน ขายวิถีเดิม พอถึงฤดูทำนา เราจะเริ่มปลูกข้าววันที่ 12 สิงหา นักท่องเที่ยวอาจจะมาเที่ยวและร่วมกิจกรรมตรงนั้นได้ แล้วเราจะเก็บเกี่ยว หรือฟาดข้าววันที่ 5 ธันวา ตรงกับวันหยุดวันสำคัญ นักท่องเที่ยวเขาก็จะเข้ามาร่วมกิจกรรมด้วย เพราะเราอยากให้นักท่องเที่ยวเขารู้ว่าวิถีชีวิตของชาวบ้านมันเป็นแบบนี้ กิจกรรมฟาดข้าวหรือนวดข้าว เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมาแล้วชอบทำที่สุด เพราะเป็นกิจกรรมแรกที่เริ่มเปิดและให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม” (พนม แก้วเทพ, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

จากการสังเกตของผู้วิจัยขณะลงพื้นที่เก็บข้อมูลในจังหวัดน่านเมื่อเดือนมีนาคม 2559 มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกที่เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน มีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน ซึ่งชาวบ้านในชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มโดยมีจุดประสงค์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่สำหรับการรวมกลุ่มจะเป็นสถานที่ที่อยู่ใกล้กับบริเวณที่พักอาศัยของคนในชุมชน หรือเป็นสถานที่กลางที่ชุมชนมีการจัดตั้งกิจกรรมเป็นประจำ อาทิ วัด และศาลาหมู่บ้าน หมู่บ้าน โดยกลุ่มชุมชนจะให้ความสนใจในเรื่องการมีส่วนร่วมเป็นหลัก สังเกตได้จากขณะลงพื้นที่ในชุมชนต่างๆ จะเห็นความสามัคคีกันในชุมชน รวมถึงยังเปิดโอกาสให้คนในชุมชนแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้อย่างเต็มที่ อาทิ เช่น ขณะที่ผู้วิจัยกำลังสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากชุมชนบ่อสวก ก็จะมีชาวบ้านคนอื่นที่แสดงความคิดเห็นในประเด็นนั้นด้วย นอกจากนี้หลังจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญยังมีการแนะนำให้ผู้วิจัยไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอื่นๆ ในจังหวัดน่านอีกด้วย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านมีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดจากแรงบันดาลใจ และความร่วมมือของคนในชุมชน ตลอดจนอาศัยความร่วมมือจากหลายหน่วยงานเพื่อรณรงค์ให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตามกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเริ่มต้นจากกระบวนการคิดรวมกันของคนในชุมชน โดยรูปแบบกิจกรรมจะเน้นวิถีดั้งเดิมของคนในชุมชนเป็นหลัก ตลอดจนนำทรัพยากรของชุมชนมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น การนำนักท่องเที่ยวไปพระธาตุดอยสะงืดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ่อสวก การจัดให้นักท่องเที่ยวล่องแพของชุมชนบ้านหาดผาขน และการให้นักท่องเที่ยวเดินป่าศึกษาธรรมชาติของชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวน เป็นต้น การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง และก่อให้เกิดการอนุรักษ์ เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติคงอยู่สืบไป

4.3 ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย เนื่องจากแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการบังคับให้ทุกหน่วยงาน ในจังหวัดน่านมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือแสดงความคิดเห็นในเรื่องการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ รองลงมาคือมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารและผู้ผลิต ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้

ผลการวิเคราะห์เชิงเอกสาร พบว่า แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติปีพ.ศ. 2555-2559 ในยุทธศาสตร์ที่ กล่าวถึง การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวมีเอกภาพ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมการบริหารจัดการในทุกระดับ นอกจากนี้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2558-2560 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 คือการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาคม ผ่านกลไกการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติ ในขณะที่แผนพัฒนาจังหวัดน่านปีพ.ศ. 2558-2561 ยุทธศาสตร์ที่ 1 เรื่องการ

บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม มีกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยคือการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้เกิดความอุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืนเพิ่มขึ้น

ผลการวิเคราะห์เชิงเอกสารในข้างต้นสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 19 ท่าน แบ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐจำนวน 7 ท่าน ภาคธุรกิจ 6 ท่าน และกลุ่มชุมชน 6 ท่าน ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านไว้ 2 ระดับคือ 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย 2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร และผู้ผลิต ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เห็นว่าตนเองมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ทั้งนี้ผู้วิจัยจะอธิบายผลการวิจัยเป็นประเด็น ดังนี้

4.3.1 **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย**

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันจำนวน 13 ท่าน จาก 19 ท่าน เห็นว่า ตนเองมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแต่ละหน่วยงานจะมีบทบาทการทำงานที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 7 ท่าน กล่าวว่าหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่นำนโยบายด้านการท่องเที่ยวจากศูนย์กลางมาปรับประยุกต์ในการสร้างแผนพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน รวมถึงการเป็นสื่อกลางระหว่างชาวบ้านและหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เพื่อประสานงานให้เกิดการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันบางหน่วยงานก็มีหน้าที่จัดทำยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เนื่องจากในอดีตการท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการนิยมมากนักทำให้จังหวัดน่านไม่มีแผนด้านการท่องเที่ยวโดยตรง แต่ปัจจุบันการท่องเที่ยวทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดรายได้ให้กับจังหวัด จึงทำให้ภาครัฐหันมาใส่ใจเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังที่คุณนาถนรี ธนะปัญโญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

> “ถ้าจะพูดถึงหน้าที่การงาน บทบาทหน้าที่ตรงนี้สำคัญมากในการกำหนดอะไรต่างๆ เราต้องบอกก่อนว่าเมื่อ 2-3 ปีก่อน ยุทธศาสตร์ของจังหวัดไม่ได้ลงลึกด้านการท่องเที่ยวมากนัก ... ก็จะมีในส่วนของสำนักงานเราเองที่ทำยุทธศาสตร์ และกำหนดแผนงานเอาไว้ในเรื่องการบริหารจัดการ แต่ในปีนี้ท่านผู้ว่าได้เพิ่มแผนงานยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวลงไปในจังหวัดแล้ว” (นาถนรี ธนะปัญโญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกัน ดร.ชุมพล มุสิกานนท์ ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน ได้อธิบายถึงขอบเขตในการทำงานขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ไว้ดังนี้

> “อพท.เป็นองค์การมหาชน วัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งขึ้นมาคือประสานส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษที่เราเข้าไปประกาศ มีการบูรณาการทั้งทางแนวราบและแนวดิ่ง เพื่อให้หน่วยงานต่างๆที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เขามีการปฏิบัติการตามแผนที่เราร่วมกันคิด ร่วมกันเขียน ร่วมกันปฏิบัติขึ้นมา พูดง่ายๆ คือ อพท.มีหน้าที่ทำหน้าที่เหมือน Conductor เป็นนายวงควบคุมให้หน่วยงานต่างๆ เขามีการประสาน บูรณาการแผนกัน มีบางเรื่อง บางโครงการเหมือนกันที่อพท.ก็หยิบมาทำเอง เช่น โครงการท่องเที่ยวแบบไม่เอาถ่าน Low Carbon อีกอย่างหนึ่งคือเมืองน่านอพท.เขาวางตำแหน่งไว้ว่าเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต มันก็ไปตรงกับนโยบายของท่านผู้ว่าท่านปัจจุบัน อพท.ทำงานเชื่อมในมิติของการรับข้อมูลมาจากชาวบ้าน แล้วก็ประสานงานไปยังภาครัฐเพื่อให้เกิดการดำเนินงาน” (ชุมพล มุสิกานนท์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

สำนักงานการท่องเที่ยวมีหน้าที่รับนโยบายมาจากศูนย์กลาง แต่ต้องเอามาต่อยอดวางแผนเพื่อปรับใช้ในพื้นที่ที่อยู่ภายใต้การดูแล ดังที่ คุณธนภร พูลเพิ่ม ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ ได้อธิบายว่า

> “บทบาทของพี่คือมีหน้าที่แนะนำ และพัฒนาส่วนของการท่องเที่ยว ตรีมแต่ละจังหวัด ตรีมแต่ละพื้นที่ เป็นสิ่งที่เราครีเอทขึ้นมาใหม่เพราะเป็นสิ่งที่เรารับผิดชอบ นโยบายใหญ่ กลยุทธ์หลักมาจากศูนย์กลาง ที่นี้เราก็มาต่อยอด เพราะว่าทุกสำนักงานต้องมีแผนงานของตัวเองเพราะพื้นที่แต่ละพื้นที่ไม่เหมือนกันอย่างเช่น เมืองไหนที่มีน้ำตกกิจกรรมเขาก็จะเป็นอีกแบบหนึ่งส่วนของพี่เป็นเมืองวัฒนธรรมเมืองเนิบๆ เมืองโตช้า มันก็จะเป็นอีกแบบหนึ่ง พี่เป็นท่านกำหนดเองทั้ง 3 จังหวัดที่พี่ดูแล” (ธนภร พูลเพิ่ม, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ คุณนรินทร์ เหล่าอารยะ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน ได้อธิบายถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

> “นักการเมืองหาเสียงหรือสัญญาประชาคมเป็นสิ่งที่เอามาแปลเป็นนโยบาย แล้วไปประกาศกับประชาชน เมื่อประชาชนเห็นว่านโยบายนี้ดีก็เลือก เมื่อเลือกแล้วประชาชนเขารู้ว่านายกได้เสนออะไรไว้ เขาก็เสริมสิ่งที่ต้องการให้ตรงกับสัญญาประชาคมเพื่อนำไปเสนอสภา นโยบายที่เสนอไว้ก่อนจะมารับตำแหน่งที่พูดถึงเรื่องการท่องเที่ยวหรือสามารถเชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวของพี่มันเขียนไว้ 4 อย่างง่ายๆ คือ น่านเมืองแห่งปัญญาประชาคมเข้มแข็ง แหล่งอารยธรรมเกษตร เกษตรกรรมยั่งยืน การท่องเที่ยวมันก็ต้องเกี่ยวกับการศึกษา เพราะการท่องเที่ยวแบบสมัยใหม่คือ การท่องเที่ยวที่เรียนรู้ถึงความเป็นมา ซึ่งเมืองน่านมีความชัดเจนเรื่องประวัติความเป็นมา ยิ่งถ้าพูดถึงวัฒนธรรมด้วยยิ่งดี” (นรินทร์ เหล่าอารยะ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

ในส่วนของการวางแผนการพัฒนาตัวเมืองน่านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เพื่อพัฒนาตัวเมืองน่านในรูปแบบเมืองเก่าที่มีชีวิต ตามที่ คุณสุรพล เธียรสูตร นายกเทศมนตรีเมืองน่าน ได้แสดงความคิดเห็นว่า

> “การเป็นนายกเทศมนตรีเมืองน่าน คือการดูบริบทของตัวเมืองทั้งการมีส่วนร่วมโดยการออกกฎหมาย ผังเมือง ผมเป็นคณะกรรมการเมืองเก่า เป็นที่ปรึกษาของอพท. แล้วก็ทำงานร่วมกับททท.จนได้รับรางวัลกินรีซึ่งเป็นองค์กรที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวยอดเยี่ยม 2 ปี จากบริบทของการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยว ทั้งททท. กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้เรามองเห็นถึงศักยภาพของเมือง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่อยู่ในการดูแลของเทศบาลเมืองน่าน ในขณะเดียวกันก็มองเห็นว่าเมืองนี้ได้ถูกรับรองให้เป็นเมืองเก่า ประกาศโดยมติครม. ปีพ.ศ. 2548 ก็เลยคิดว่าน่าจะสร้างศักยภาพของเมืองนี้ในการก่อให้เกิดรายได้และพัฒนาการท่องเที่ยว นับตั้งแต่ที่เข้ามาดำรงตำแหน่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 ขณะนี้ก็เป็นเวลา 8 ปี มีบริบทของเมืองที่สามารถพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยว เมื่อได้รับการประกาศให้เป็นเมืองเก่า เราจึงได้พัฒนาโดยวางเป้าหมายของเมืองให้ก้าวไปสู่การพัฒนา เลยใช้ตรีมว่าเมืองเก่าที่มีชีวิต” (สุรพล เธียรสูตร, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

คุณธารินีย์ ไชยเขียว รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก กล่าวถึงการวางแผนเพื่อส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของตำบลบ่อสวก ไว้ดังนี้

> “อบต.มีภารกิจด้วยกัน 2 อย่างคือ 1) การวางแผนส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว สถานที่เราต้องพร้อม พร้อมในที่นี้คือสะอาด สวยงาม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเขาจะต้องมาจับจ่าย ต้องมีของฝากของที่ระลึก เราก็ได้ตั้งงบส่วนหนึ่งที่จะทำผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) แผนงานนี้ตรงลานจัดงานของดีบ่อสวก เราจะทำเป็นศูนย์โอทอปในอนาคตข้างหน้า น่าจะใช้งบประมาณในปี 2560 ทำเป็นถาวร ให้นักท่องเที่ยวที่มาแล้วอยากจะซื้อของฝากก็สามารถซื้อได้ตรงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่โดนเด่นแต่ละกลุ่มก็มีตัวแทนมาขาย ก็จะเป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เขา” (ธารินีย์ ไชยเขียว, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2559)

สำหรับการมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจ พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 2 ท่าน ได้ทำงานร่วมกับอพท. โดยการเป็นขณะขับเคลื่อนของอพท. จึงทำให้สามารถแสดงความคิดเห็นในการวางแผนหรือกำหนดนโยบายต่างๆ อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายบางท่านนอกจากจะทำธุรกิจส่วนตัวแล้วยังมีตำแหน่งเป็นนักการเมืองท้องถิ่น จึงทำให้สามารถผลักดันเรื่องการท่องเที่ยวได้ ดังที่ คุณสัจพงษ์ จินตพงษ์ เจ้าของธุรกิจริสาสินีรีสอร์ทแอนด์สปา ได้กล่าวไว้ว่า

> “พี่เป็นตัวแทนของภาคเอกชนที่ในส่วนของผู้ประกอบการถูกคัดเลือกเข้าไปในคณะขับเคลื่อนของ อพท. ซึ่งสามารถออกความเห็นในเชิงนโยบาย และโครงการต่างๆ ที่มีในเมืองน่านซึ่งเป็นในนามของ อพท. โดยคณะขับเคลื่อนถูกแต่งตั้งโดยบอร์ดของอพท. เชิงนโยบายคือหาคนมาร่วมโครงการ Low Carbon ของอพท. หาแนวร่วมให้ได้เป็นปึกแผ่นให้มีความรู้พอเพียงในการทำ Low Carbon ขั้นพื้นฐาน” (สัจพงษ์ จินตพงษ์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

ในส่วนของภาคธุรกิจคุณพนม แก้วเทพ ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมโดยเป็นคณะกรรมการในการวางแผนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ดังนี้

“ส่วนมากเราจะไปในรูปของคณะกรรมการนั่งคุยกันปรึกษากัน ว่างานนี้เราจะทำอะไรบ้าง อย่างพัฒนาชุมชนผาเก้ง ก็ต้องคุยกันว่าเราจะทำยังไง ต้องวางแผนกัน คุยกันแต่แรก เสนอความคิด หาข้อสรุปร่วมกัน ผลักดันในเรื่องที่เราอยากจะให้เขาทำ บางเรื่องมันก็เป็นผล...” (พนม แก้วเทพ, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

ในขณะที่กลุ่มชุมชนจำนวน 4 ท่านก็มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระจายนักท่องเที่ยวที่อยู่ในเมืองให้ไหลออกไปสู่ชุมชน นอกจากนี้ก็ยังเป็นผู้ประสานงานเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานภาครัฐและกลุ่มชุมชน ตามที่คุณทองเพียร ปะนะ ตัวแทนจากชุมชนบ้านหาดผาขน ได้อธิบายไว้ว่า “ป้ามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา แล้วก็ของบประมาณมาซ่อมแซม โดยที่คุณป้าเป็นคนติดต่อผ่านอบต. ผ่านสจ. ผ่านทางนายกเทศบาลที่ตัวเมือง แล้วก็ผ่านททท.ด้วย” คุณทองเพียร ปะนะ (สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) นอกจากนี้ตัวแทนจากชุมชนบ่อสวก คุณสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์ กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ไว้ว่า

“ผมมีส่วนร่วมในการวางแผนตั้งแต่ต้นในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว คือหลังจากที่เรามีรูปแบบโครงสร้างคณะกรรมการเราก็มาคิดว่าเรามีอะไรดี นอกจากเตาเผาแล้วน่าจะมีส่วนอื่นๆ เข้ามาเชื่อมโยงเรากับชุมชน เราคิดกันว่าเราจะทำยังไงให้ชุมชนเรามีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากที่เดิมทีชุมชนไม่ค่อยมีส่วนเกี่ยวข้อง” (สุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

ในขณะที่คุณสมเกียรติ ใหม่วงศ์ ตัวแทนจากชุมชนศิลาเพชร ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการขับเคลื่อนของชุมชน ไว้ดังนี้

“เราวางแผนขับเคลื่อนกันว่าจะทำยังไงให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวบ้านเรา เราปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำตาศิลาเพชร วัด ตรงไหนที่มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวก็ช่วยกันพัฒนาหมู่บ้าน ถ้านักท่องเที่ยวอยากมาดูพืชผักปลอดสารพิษก็มาบ้านเรา เรื่องการจัดการขยะในชุมชนเราก็ช่วยกันขับเคลื่อน” (สมเกียรติ ใหม่วงศ์, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

การเป็นคณะกรรมการขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนที่เน้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ตามที่ คุณเพลินจิต พ่วงเจริญ ตัวแทนจากชุมชนมหาโพธิ ได้อธิบายว่า

> “ป้าทำงานกับอพท.อยู่ในคณะขับเคลื่อนภาคชุมชนท้องถิ่น แผนกสิ่งแวดล้อม ถ้าพูดถึงสิ่งแวดล้อม บริบทมันคือคน สัตว์ สิ่งของนี่คือสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบๆ ตัวเรา แต่จะทำอย่างไรให้มันมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เราอยู่ให้น้อยที่สุด เราต้องคิดวิธีการจัดการ เช่น การรณรงค์ให้ปลูกต้นไม้ การคัดแยกตั้งแต่ในครัวเรือน แต่เรื่องที่มันหนักหนาคือปริมาณถุงพลาสติก ขยะ สำหรับชุมชนเราจะมีการประกวดครอบครัวต้นแบบ มีการจัดเก็บขยะเป็นหมวดหมู่ รวมถึงเวลาเราไปตลาด ถ้าเราใช้ถุงผ้ามันยังไม่ Low Carbon เพราะถ้ามันเปรอะเราก็ต้องเปลืองน้ำเปลืองผงซักฟอก แต่ถ้าใช้ตระกร้า มันจะ Low Carbon ที่สุด” (เพลินจิต พ่วงเจริญ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

4.3.2 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร และผู้ผลิต

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นนี้ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชนจำนวน 7 ท่าน ที่แสดงความคิดเห็นว่านอกจากเป็นผู้รับสารแล้ว ยังมีหน้าที่ในการเป็นผู้ส่งสารอีกด้วย

โดยบทบาทหน้าที่ในการทำงานของผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐคือการคิดโครงการหรือกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนโยบายของจังหวัด และประสานงานกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ไม่มีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว ดังที่ คุณเชาวนา เขื่อนปิง นักพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ได้อธิบายไว้ดังนี้

> “พี่เป็นคนนำนโยบายนั้นมาปฏิบัติ เป็นผู้ขับเคลื่อน ในปีๆ หนึ่งพี่ต้องคิดโครงการให้สอดคล้องกับนโยบายของเทศบาล จังหวัด และนโยบายระดับประเทศ…เราทำงานร่วมกับททท. เราจะดูว่าเขามีแผนประชาสัมพันธ์แบบไหน เราก็คิดกิจกรรมให้สอดรับกับเขา บางครั้งก็ต่อยอดจากโครงการของททท.บ้าง” (เชาวนา เขื่อนปิง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2559)

สำหรับภาคธุรกิจจำนวน 7 ท่านมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารและก็เป็นผู้ส่งสารด้วยเช่นกัน ในที่นี้หมายถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญนอกจากมีหน้าที่รับสารมาจากหน่วยงานภาครัฐแล้วเกิดการปฏิบัติ ยังมีหน้าที่เป็นผู้ส่งสารให้แก่นักท่องเที่ยว คนในชุมชน รวมถึงแจ้งข่าวสารกลับไปยังหน่วยงานภาครัฐอีกด้วย ซึ่งคุณภัทราภรณ์ ปราบริบู เจ้าของธุรกิจโฮงเจ้าฟองคำ ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

> “เรารับนโยบายมาจากรัฐ แล้วก็ทำตาม เราไม่ได้เข้าไปในจุดนั้น แต่ป้าเองก็เป็นคณะกรรมการขับเคลื่อนของอพท. ได้เข้าร่วมประชุมกับเขาบ้าง แต่ไม่ได้อยู่ตรงส่วนนโยบายหรือวางโปรเจคตรงนั้น...บทบาทด้านการท่องเที่ยวของป้าคือจะเป็นผู้สื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาชมว่า ในอดีตเรามีวิถีชีวิตอย่างไร และปัจจุบันเรายังคงวิถีชีวิตนั้นอยู่ในบางส่วน ซึ่งไม่ใช่ทั้งหมด นักท่องเที่ยวที่มาจะรู้ว่าเราดำเนินชีวิตแตกต่างกับเมื่อก่อนมากน้อยแค่ไหน” (ภัทราภรณ์ ปราบริบู, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกัน คุณศิริพร คำหว่าง ประธานกลุ่มธุรกิจสาหร่ายไก ได้อธิบายระดับการมีส่วนร่วมในธุรกิจไว้ดังนี้

> “ททท.เขาจะเข้ามาดูงานเป็นประจำ พี่ก็จะพาไปเก็บสาหร่าย แล้วพี่ก็อธิบาย พูดคุยกันตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงบรรจุภัณฑ์แล้วออกสู่ตลาด พี่มีส่วนในการแนะนำเรื่องสาหร่ายว่ามีความเป็นมายังไงของชาวไทยลื้อ พอพี่พรีเซ็นอะไรเสร็จแล้ว เราก็แนะนำวัดว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยว แล้วก็แนะนำให้ไปที่กลุ่มจันทร์สมการทอ ซึ่งเป็นกลุ่มโอทอป 5 ดาว ทางททท.ก็ไปเรียนรู้จากคุณป้าจันทร์สม” (ศิริพร คำหว่าง, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

นอกจากเจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว ยังสามารถเป็นผู้ส่งสารกลับไปยังหน่วยงานภาครัฐและนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย ตามที่คุณจันทร์สม พรมปัญญา เจ้าของธุรกิจจันทร์สม การทอ ได้กล่าวไว้ว่า

> “ในธุรกิจของป้ามีกลุ่มทอผ้าที่ทำด้วยมือมานานแล้ว และได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว บางครั้งเขามาศึกษาดูงาน มาดูการทอผ้าที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างถาวร คุณป้าได้ไป

บอกให้ภาครัฐเขาเพิ่มการโฆษณา เพราะผลผลิตของกลุ่มมันจะมีผ้าหลายอย่าง เอาไปตัดหรือทำอะไรได้หลายแบบ" (จันทร์สม พรมปัญญา, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

คุณชโลมใจ ชยพัฒนาการ เจ้าของธุรกิจบ้านๆ น่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม ได้อธิบายถึงระดับการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

"ครูไม่ค่อยมีเวลา ครูก็เลยคิดว่าครูไม่ต้องสังกัดองค์กรไหน ครูก็สามารถช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวได้ โดยการทำตัวของตัวเองมันเป็นการส่งเสริมอยู่แล้ว เพราะครูคิดอยู่อย่างหนึ่งว่า ทุกคนไม่ว่าจะทำอะไรล้วนแต่มีประโยชน์ แต่ต้องให้คนมองดูว่าประโยชน์ที่เราทำมันเข้าไปสู่ด้านไหน มีอพท.เข้ามาสนับสนุน เขามาชวนครูเข้าโครงการ Low Carbon โดยหน้าตาของบ้านมันลดโลกร้อนอยู่แล้วเพราะมันเป็นต้นไม้ ทีนี้เราก็ได้ประโยชน์จากการที่เขาประชาสัมพันธ์ให้เรา เอาหลอดไฟแบบประหยัดมาให้เรา มันก็เหมือนเป็นการส่งเสริมกันทางอ้อม เวลาเขาเอาโครงการมาเสนอ เราจะรับเป็นบางโครงการ แต่บางโครงที่เราไม่โอเค เราก็จะบอกเขาเลยว่าเราไม่เอา" (ชโลมใจ ชยพัฒนาการ, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2559)

ในขณะที่กลุ่มชุมชนจำนวน 2 ท่านได้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามแนวทางของแผนของการท่องเที่ยว ในทางกลับกันก็ได้เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงยังเป็นผู้ส่งสารให้คนชุมชนเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอีกด้วย ตามที่คุณเปล่ง มโนวร ตัวแทนจากชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวน ได้อธิบายไว้ดังนี้

"เรามีระบบการท่องเที่ยวอยู่ เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงเบื้องต้นเราก็ต้องเข้าไปศูนย์ท่องเที่ยวศรีนาป่าน-ตาแวนก่อน พ่อก็จะเกริ่นนำความเป็นมาของหมู่บ้าน ภูมิประเทศของหมู่บ้าน ทิศใต้เหนือตะวันออกตะวันตกติดกับอะไร เรามีกฎระเบียบชุมชนอย่างไรบ้างที่จะดูแลผืนป่าตรงนั้น เพราะเราก็มีผืนป่า 30,000 กว่าไร่ มันเป็นต้นทุนให้กับชุมชน แล้วก็เป็นสิ่งที่มีพระคุณต่อชุมชน มันมีคุณค่า จะตีเป็นมูลค่าไม่ได้หรอก" (เปล่ง มโนวร, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกันคุณดรุณี เทียมแสน ตัวแทนจากชุมชนบ้านพระเกิด ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร และเป็นผู้ผลิต ไว้ว่า

> “ป้าเป็นคนเริ่มทำตุงก้าคิงกับอ.คำรพ ป้าทำอยู่ 3 ปี หลังจากนั้นก็ออกมาเลี้ยงหลาน พออาจารย์คำรพตาย ป้าก็ต้องกลับไปทำใหม่เพราะคนทำมันมีไม่พอ ตอนนี้ป้ามีหน้าที่ทำตุงก้าคิงเพื่อให้นักท่องเที่ยวเอาไปไหว้พระ หรือเวลานักท่องเที่ยวหรือใครมาถามว่าตุงก้าคิงมีความเป็นมาอย่างไร ป้าก็จะอธิบายให้ฟัง ตอนปี 2555 ททท.ก็มาสนับสนุนทางด้านสื่อและก็ติดต่อลูกค้าให้ มาเอาตุงก้าคิงไปโปรโมท แต่ปี 2557 อพท.มาร่วมกับอ.จากธรรมศาสตร์คืออ.พิเชษฐ์ มาสอนว่าถ้าเราให้นักท่องเที่ยวติดตาติดจมูกเอง มันจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เราก็เลยให้นักท่องเที่ยวทำแบบนี้” (ดรุณี เทียมแสน, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมขณะลงพื้นที่เก็บข้อมูลของที่ชุมชนมหาโพธิ จังหวัดน่าน เมื่อเดือนมีนาคม 2559 มีความสอดคล้องกับการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ในข้างต้น เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้รับจดหมายเรียนเชิญเข้าร่วมวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นโครงการเกี่ยวกับการวางพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชน พบได้ใน 2 ระดับคือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย และการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง และผู้ผลิต สำหรับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายพบว่าหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับนี้ โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่นำนโยบายมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัด ในขณะที่ภาคธุรกิจก็มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐจึงทำให้สามารถแสดงความคิดเห็นในการวางแผนหรือกำหนดนโยบายต่างๆ ตลอดจนกลุ่มชุมชนก็มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากในเมืองให้ไหลไปสู่ชุมชน อย่างไรก็ตามระดับการมีส่วนร่วมดังกล่าวถือเป็นรูปแบบสูงสุดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

4.4 รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

สำหรับรูปแบบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ทั้งหมดมีการสื่อสารจำแนกตามทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) และการสื่อสารจำแนกตามการไหลของข่าวสารแบบแนวนอน (Horizontal Communication) ซึ่งการสื่อสารทั้ง 2 รูปแบบที่กล่าวมาในข้างต้น เป็นการสื่อสารที่ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชน อีกทั้งยังทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านประสบความสำเร็จอีกด้วย โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังนี้

4.4.1 การสื่อสารจำแนกตามทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication)

จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน มีลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) โดยมีจุดเริ่มต้นจากการสร้างความรู้ความเข้าใจผ่านสื่อบุคคลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการจัดประชุมและโครงการอบรมเพื่อวางแผนกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีการรวบรวมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและนำเสนอข้อมูลด้วยการเลือกใช้สื่อที่หลากหลายช่องทาง เป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้ทุกภาคส่วนเห็นแนวทางการวางแผนและกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ผลการวิเคราะห์เอกสารจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 5 กล่าวถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการดำเนินงานคือ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 7 ท่าน ภาคธุรกิจจำนวน 6 ท่าน และกลุ่มชุมชนจำนวน 6 ท่าน รวมทั้งสิ้น 19 ท่าน ทั้งหมดมีรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง(Two-

Way Communication) โดยมีความต้องการในการมุ่งเน้นการตอบโต้จากคนในชุมชนเพื่อการสร้างนโยบายเชิงสร้างสรรค์ที่เข้มแข็ง โดยนิยมใช้สื่อบุคคลควบคู่กับการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่ออื่นๆ อาทิเช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ เสียงตามสาย รวมถึงใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน

หน่วยงานภาครัฐจำนวน 7 ท่านจะใช้การสื่อสารที่เป็นสื่อบุคคลเป็นหลัก เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ โดยการลงพื้นที่ปฏิบัติงานของบุคคลที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ จะทำให้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชาวบ้านโดยตรง นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐยังมีการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาทิเว็บไซต์เฟซบุ๊ก โปรแกรมสนทนาไลน์ และเว็บไซต์ทางการของภาครัฐ ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านยังกล่าวว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารให้ข้อมูลแก่ประชาชนของหน่วยงานภาครัฐ มีแนวโน้มที่จะใช้มากขึ้น เนื่องจากความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการตอบโต้ นอกจากนี้ยังมีการใช้สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ ป้าย วิดิทัศน์ และหนังสือเพื่อสื่อสารกับคนในพื้นที่ ตัวอย่างของสื่ออาทิเช่น หนังสือประวัติเรือแข่ง ประวัติพระธาตุแช่แห้งซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดน่าน รวมถึงการจัดการถ่ายทอดรายการผ่านระบบเสียงตามสาย โดยมีจุดประสงค์เพื่อต้องการให้คนในชุมชนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ ได้อธิบายว่า “เราลงพื้นที่ ไปพูดในพื้นที่เลย แต่เราต้องมองเห็นว่ากิจกรรมนั้นมันขายได้ มันต้องติดตลาด” สอดคล้องกับผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน ที่อธิบายในประเด็นนี้ว่า “ตั้งแต่แรกเราต้องเริ่มไปหยั่งเสียงก่อน คุยก่อน ว่าเขาต้องการพัฒนาไปทางไหนแล้วเราก็ไปคิดวิธีให้เขา...วิธีที่ได้ผลดีที่สุดสำหรับชุมชนคือ Word of mouth หรือปากต่อปาก” ในขณะเดียวกัน คุณนาถนรี ธนะปัญโญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดน่าน ได้อธิบายเพิ่มเติมไว้ดังนี้

> “เราต้องดูนโยบายผู้ใหญ่ลงมายังไง เมื่อเราเอานโยบายเป็นตัวตั้งเสร็จ เราก็มาดูว่าท่านผู้ว่าราชการจังหวัดท่านมีนโยบายอย่างไร ทางเทศบาล องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเขาคิดกันยังไง เราก็มานั่งคุยกันในเบื้องต้น อาจจะไม่ได้เป็นทางการ แต่เราก็มีคณะกรรมการคุยกันตลอดว่าเราจะทำกันยังไง แต่ละฝ่ายคิดอย่างไร แผนเขาเป็นยังไงเราเอามาคุยกัน เราถึงทำงานกันด้วยความพอใจของทุกฝ่าย แนวคิดเชิงสร้างสรรค์มาจากนโยบายอยู่แล้ว เราก็เอาไปสื่อสารกับชุมชนแล้วก็มาพัฒนา...การสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านจะว่ายากก็ยาก จะว่าง่ายก็ง่ายมัน

ขึ้นอยู่กับชุมชน ถ้าเราทำโครงการอะไรไปแล้วไม่ถามชาวบ้านก่อนถึงแม้มันจะเลิศหรู ยังไงถ้าเขาไม่พอใจเขาก็ไม่เอา มันอยู่ที่เราคุยกับชุมชนมากกว่า เพราะคนในชุมชนเขามีกระบวนการคิดของเขา" (นาถนรี ธนะปัญโญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

การพัฒนาการกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในชุมชน จำเป็นต้องสื่อสารกับคนในชุมชนก่อนเป็นอันดับแรก ตามที่คุณเชาวนา เขื่อนปิง นักพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ได้ให้ความคิดเห็นไว้ดังนี้

"อันดับแรกพี่ต้องลงไปคุยกับชุมชนก่อน เพราะว่า 31 ชุมชน บางชุมชนเขาก็ไม่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว พี่ก็จะเลือกเฉพาะชุมชนที่เขามีความพร้อมว่ามาร่วมกันไหม หลังจากนั้นเราก็มาประชุมกัน ว่าเราจะทำแบบนั้นแบบนี้ สื่อที่เราทำเองก็จะมีเสียงตามสาย โปสเตอร์ แผนพับ ป้าย สปอตวิทยุ เราทำแค่ในจังหวัด พอออกนอกจังหวัดแล้วททท.จะเป็นคนดูแล…เราจะมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของสื่อวิทยุ เพราะเรามีดีเจที่ทำงานกับเรา มันเป็นสื่อที่ชุมชนเสพอย่างมาก สื่อวิทยุนี้เสพทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน คนในน่านเขาจะติดดีเจคนนี้มาก ใครๆ ก็รู้จักชื่อพี่ปุ้ย อภิญญา ตัวนี้สำคัญมาก" (เชาวนา เขื่อนปิง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2559)

คุณธารินีย์ ไชยเขียว รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารกับคนในชุมชนไว้ดังนี้

"เราได้ทำกระบวนการจัดเวทีประชาคมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนใน 3 มิติ คือด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม วิธีการสื่อสารกับคนในชุมชน คือเราเริ่มจากกลุ่มอาชีพ เรามีคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลบ่อสวก แล้วเราจะมีตัวแทนกลุ่มต่างๆ และกลุ่มต่างๆ เขาก็จะมีกลุ่มย่อยอีกที เราก็ให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มเข้ามาหารือวางแผนกัน" (ธารินีย์ ไชยเขียว, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2559)

การใช้สื่อในชุมชน และสื่อสาธารณะเชิงกว้าง จะเป็นการสร้างการรับรู้ และสามารถโต้ตอบได้เร็ว ดังที่คุณสุรพล เธียรสูตร นายกเทศมนตรีเมืองน่าน ได้ให้ความเห็นว่า

"ผมสื่อสารทั้งสื่อในชุมชนและสื่อสาธารณะเชิงกว้าง เช่นออกรายการวิทยุทุกวันอาทิตย์ ทำมา 4-5 ปีแล้ว แล้วเราก็พูดคุยผ่านสื่อวิทยุในรายการเทศบาลเมืองน่านของประชาชน ในขณะเดียวกันเราก็เอาสื่อวิทยุใส่เข้าไปเสียงตามสาย...สื่ออีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่งคือ โซเชียลมีเดีย เรามีเว็บไซต์ของทางเทศบาล แต่ส่วนใหญ่จะใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว เพราะโต้ตอบได้เร็ว และเราสามารถลงได้ด้วยตัวเอง" (สุรพล เธียรสูตร, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

การปราศรัยเป็นวิธีการหนึ่งที่เป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง ดังที่คุณนรินทร์ เหล่าอารยะ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน ได้อธิบายไว้ดังนี้

"งานด้านการท่องเที่ยว เราทำหมดทุกอย่าง สื่อเป็นกระดาษ สื่อวีดิทัศน์ ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว อบรมสัมมนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น มักคุเทศน์น้อย เราเคยอบรมมักคุเทศน์ที่ได้รับใบอนุญาต เชิญททท.มาอบรมเพื่อให้เขาได้รับใบอนุญาตเพื่อรับนักท่องเที่ยว การสื่อสารที่ได้ผลอย่างหนึ่งคือ แผ่นพับ เพราะแผ่นพับมันจะมีบอกว่าเราต้องทำอะไรบ้าง สื่ออื่นๆ ก็มีเยอะ เช่นคู่มือแอ่วน่าน วิดิทัศน์โฆษณาเมืองน่าน เป็นต้น...สื่อออนไลน์เราก็มี เฟซบุ๊ก, ไลน์ แต่ว่าวิธีที่โบราณและเขาก็ใช้กันอยู่คือการปราศรัย ปกติแล้วภาครัฐเห็นเรื่องปราศรัยเป็นเรื่องเล่น ๆ การปราศรัยก็เหมือนกับการบรรยายในห้องเรียน มันเป็นการปฏิสัมพันธ์ทูเวย์..." (นรินทร์ เหล่าอารยะ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกันผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 6 ท่านจากภาคธุรกิจมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งมีอิทธิพลแนวคิดมาจากการทำงานของหน่วยงานภาครัฐโดยมีการใช้สื่อบุคคล ผ่านขั้นตอนการอบรม มีการจัดการประชุมระหว่างหน่วยงานภาครัฐและคนในชุมชน และการจัดตั้งกลุ่มตัวแทนของภาคธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางกลุ่มยังใช้การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อย่างเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และโปรแกรมสนทนาไลน์ เพื่อเป็นการกระจายนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้แก่กลุ่มดังกล่าว ดังที่เจ้าของธุรกิจรีสอร์ทแอนด์สปา ได้ให้คิดความคิดเห็นไว้ดังนี้

"ปัจจุบันดำรงตำแหน่งของชมรมที่พักจังหวัดน่าน เป็นรองชมรม ซึ่งจะดูแลในส่วนของกิจกรรม กิจกรรมนี้จะเป็นกิจกรรมที่เชื่อมต่อกับโครงการต่างๆ แล้วก็ให้สมาชิกได้เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการของภาครัฐ แล้วก็กิจกรรมภายในชมรมเองที่ไปทำกับชุมชน...การ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เริ่มจากที่ททท.เขามาให้ข้อมูลเราเกี่ยวกับกับ 7 Green มาแนะนำให้ทำธุรกิจแบบสีเขียว แต่ททท.มาอบรมแล้วก็ขาดหายไป อพท.ก็เริ่มเข้ามาทำจริงจัง โดยการเริ่มทำการท่องเที่ยวแบบ Low Carbon ก่อนที่จะทำอพท.ก็มาวิจัย มีเจ้าหน้าที่มาคุย มาหาข้อมูล มาวิจัยในพื้นที่ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเราควรจะทำในมิติไหนบ้าง พี่เป็นตัวแทนของภาคเอกชนในส่วนของผู้ประกอบการที่ถูกคัดเลือกเข้าไปในคณะขับเคลื่อนของอพท. ซึ่งสามารถแสดงความคิดเห็นในเชิงนโยบาย และโครงการต่างๆ ที่มีในเมืองน่าน...เราก็ทำการตลาดตั้งแต่เริ่มเลย ทำกับสหภาพ สหภาพก็ช่วยเราโฆษณา พาไปรู้จักกับสื่อมวลชน ชวนคนมาเที่ยวก็มีการเขียนแนะนำกันไป แล้วก็ทำโฆษณากับวารสารบ้างแต่ไม่มากเพราะธุรกิจนี้กำไรมันไม่มาก เราไม่สามารถโฆษณาลงในหนังสือเล่มนึง ซื้อหน้าโฆษณาเป็นหมื่นๆ ได้ เราก็เริ่มทำโฆษณากับหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยว ในเรื่องของการเที่ยวแบบ “green” เขาก็จะรวมกลุ่มกันมีที่เที่ยวแบบgreen แหล่งท่องเที่ยวแบบgreen โรงแรมแบบgreen ที่นวดแบบgreen ก็จะมีชื่อเราติดหน้าโฆษณาไปด้วยโดยที่เราไม่ต้องไปลงทุนมาก แต่ว่าเป็นการทำงานเพื่อสังคมมากขึ้น เราก็ต้องเข้าไปร่วมทำกิจกรรมกับเขา พอทำกิจกรรมก็เริ่มรู้จักคน เริ่มชักชวนคน เริ่มแนะนำ ก็เป็นการโฆษณาแบบไม่ซื้อโฆษณา จะเป็นแบบนั้น...สำหรับชุมชนราจะใช้การสื่อสารผ่านทางการมาอบรมร่วมกัน เราก็จะใช้การสื่อสารร่วมกันในที่ประชุม ไม่ได้ใช้การสื่อสารโดยการออกประกาศหรือป่าวประกาศ บางครั้งเราอาจจะไปดูในงานที่เขาแสดงสินค้าในพื้นที่ เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะที่เราเดินออกไปหา สื่อพื้นฐานที่ใช้อยู่ อันแรกคือเรื่องของโซเชียลมีเดียก็จะเป็นเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นการเชื่อมโยง อันที่สองคือการโฆษณาทางวารสาร เราเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการจัดกิจกรรมต่างๆ ในภาคชุมชนท่องเที่ยว เป็นการเดินเข้าไปสู่สังคมซึ่งเป็นที่รู้จัก” (สัจพงษ์ จินตพงษ์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกันคุณภัทราภรณ์ ปราบริบู เจ้าของธุรกิจโฮงเจ้าฟองคำ ได้อธิบายถึงการสื่อสารภายในธุรกิจที่ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไว้ดังนี้

“แรกเริ่มกรุ๊ปทัวร์เขามาบอกให้คุณป้าสอนทำน้ำเงี้ยว ทำข้าวซอย ตอนนั้นอพท.ยังไม่เข้ามา กรุ๊ปทัวร์เขามีตัวแทนมาคุย ตอนหลังก็มีการท่องเที่ยวของมหิดล เขาก็พาเด็กมา เขาบอกว่าเขาไม่อยากทำข้าวซอย เขาอยากทำขนม เราก็ไปบอกคนในชุมชนว่ามาช่วยกันสอนเด็กทำขนมหน่อย แล้วเงินที่เหลือเป็นกำไร เราก็แบ่งเขาไป คนในชุมชนเขาก็มีความสุข อย่างน้อยคนแก่อายุ 60-70 ปี ที่อยู่บ้านเฉยๆ ทำอะไรไม่ได้เขาก็มาช่วยห่อของ เขาก็จะได้เงินไปคนละ 200-300 บ. เราเริ่มต้นจากตอนนั้น ต่อมาอีกระยะหนึ่ง ประมาณ 8 เดือนที่ผ่านมา อพท.ก็เข้ามา เขาก็มาจับงานของเรา เขาก็คิดว่างานใหม่ที่จะเริ่มอนุรักษ์ก็คืองานปักผ้าหน้าหมอน เพราะว่าที่อื่นทอผ้ามันเต็มไปหมด น่านมีงานทอผ้าเยอะ งานปักหรืองานเขียนลายมันมีแล้ว แต่ของเราอาศัยว่าเมื่อก่อนคุณแม่หรือเจ้าฟองคำเขาก็ปักดิ้นหน้าหมอนได้ ปักเสื้อได้ สมัยก่อนเสื้อปักดิ้นจะไม่มีที่ไหนเลย แม้กระทั่งศูนย์ศิลปาชีพก็ไม่มี เขาก็มาบอกให้เราทำ แต่คุณป้าอายุก็มากแล้ว เขาอยากจะให้ไปเรียนกับเจ้านิสที่หลวงพระบาง คุณป้าเลยส่งหลานไปแทน” (ภัทราภรณ์ ปราบริบู, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

การสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภาครัฐ ในการส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามที่คุณชโลมใจ ชยพันธนาการ เจ้าของธุรกิจ บ้านๆ น่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม ได้ให้รายละเอียดไว้ดังนี้

“ภาครัฐเขาเข้ามาหาครู อพท.เองเขาก็จะมีน้องๆ ที่ทำงานวิจัยด้านนี้มาช่วย เวลาเขาเข้ามาหาเรา เราก็คุยกันตรงๆ เลยว่าถ้าจะให้เราช่วยอะไรต้องเป็นแนวทางที่เราชอบ หรือถ้าไม่ชอบไม่สนุก ครูก็จะไม่เอา เวลาเขามาเสนอ เราจะรับบ้างเป็นบางโครงการ แต่ถ้าโครงการที่เราไม่โอเค เราก็จะบอกเลยว่าเราไม่เอา” (ชโลมใจ ชยพันธนาการ, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้คุณพนม แก้วเทพ ได้อธิบายถึงการประชุมแผนการพัฒนาชุมชนผาเก้งในรูปแบบของการสื่อสารสองทางไว้ดังนี้

“ส่วนมากเราจะไปในรูปของคณะกรรมการนั่งคุยกันปรึกษากัน เช่นเราจะพัฒนาชุมชนผาแก้ง ก็ต้องคุยกันว่าเราจะทำยังไง ต้องวางแผนกัน คุยกันแต่แรก เสนอความคิด หาข้อสรุปร่วมกัน ผลักดันในเรื่องที่เราอยากจะให้เขาทำ บางเรื่องมันก็เป็นผล บางเรื่องก็

เคารพในการตัดสินใจของหลายๆคน...ส่วนการจ้างงานเราใช้คนในพื้นที่ทั้งหมด เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน การจ้างงานจะหมุนเวียนอยู่ในชุมชนของเรา เราไม่ได้เอาคนข้างนอกมา เราเน้นคนในพื้นที่มากกว่า การกระจายรายได้มีทั้งแบบเป็นเงินเดือนและเป็นชิ้นงาน งานบางชิ้นมันต้องมีเวลาจริงๆ ถึงจะทำได้ แต่ถ้าเขารับงานของเราไปทำที่บ้าน เขาว่างตอนไหนก็สามารถทำได้" (พนม แก้วเทพ, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

ควรมีการจัดประชุมทุกเดือน เพื่อแจ้งข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ดังที่คุณจันทร์สม พรมปัญญา เจ้าของธุรกิจจันทร์สมการทอ ได้อธิบายไว้ว่า

"ใน 1 เดือนจะมีประชุม หมู่บ้านเราผู้ใหญ่บ้านจะเป็นผู้นำชุมชน มีผู้ช่วยแล้วก็คณะกรรมการ พอขึ้นต้นเดือนใหม่เราก็จะไปประชุมกันที่อำเภอ ส่วนมากป้าก็จะไปประชุม แต่ถ้าหากมีเรื่องเร่งด่วนเข้ามาก่อน 1 เดือน ก็จะประสานผ่านเสียงตามสาย ป้ายประกาศที่เป็นบอร์ดข้างถนน หรือไม่ก็ใช้ล่ามขี่จักรยานแล้วแจกเอกสารตามบ้าน ล่ามเขาจะมีหน้าที่มาบอกว่าวันนี้ประชุมด่วนนะ ในชุมชนนของเราก็จะมีหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ ถ้ากลุ่มไหนมีงานด่วนให้รีบแจ้งแล้วเราก็จัดการกันไป" (จันทร์สม พรมปัญญา, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

สำหรับททท.และภาคธุรกิจสาห่ายไก มีการสื่อสารแบบสองทาง ดังที่คุณศิริพร คำหว่าง ประธานกลุ่มธุรกิจสาห่ายไก ได้อธิบายไว้ดังนี้

"ททท.เขาจะเข้ามาดูงานเป็นประจำ พี่ก็จะนำไปเก็บสาห่าย แล้วก็อธิบายพูดคุยกันตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงบรรจุภัณฑ์แล้วออกสู่ตลาด พี่มีส่วนในการแนะนำเรื่องสาห่ายว่ามีความเป็นมายังไงของชาวไทยลื้อ พอพี่พรีเซ็นอะไรเสร็จแล้ว เราก็แนะนำวัดว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยว แล้วก็แนะนำให้ไปที่กลุ่มจันทร์สมการทอ ซึ่งเป็นกลุ่มโอทอป 5 ดาว ทางททท.ก็ไปเรียนรู้จากคุณป้าจันทร์สม" (ศิริพร คำหว่าง, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชุมชนจำนวน 6 ท่าน มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในประเด็นนี้ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารของกลุ่มชุมชนเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยใช้การประชุมและหารือกับหน่วยงานภาครัฐ ชาวบ้าน รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มบุคคลดังกล่าว สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้

ชัดเจน นอกจากนี้กลุ่มชุมชนยังเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มต่างๆ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันกลุ่มชุมชนยังเลือกใช้แผ่นพับ โปสเตอร์ บอร์ดให้ความรู้ หอกระจายข่าว และเสียงตามสาย เพื่อสร้างความเข้าใจที่มากขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวระหว่างคนในชุมชน ดังที่คุณสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์ ตัวแทนจากชุมชนบ่อสวก ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

> “เวลาจะติดต่อกับภาครัฐก็จะใช้การอบรม การประชุม แล้วก็การเข้าไปคุย แต่ก็จะมีช่องทางที่ภาครัฐเริ่มเห็นว่าชุมชนไปตามกระแสที่เราจัดกิจกรรม ผ่านทางข่าวที่ออกไปทางเฟซบุ๊ก , ไลน์ สื่อทั้งเฟซบุ๊ก และไลน์เราก็ทำเอง กลุ่มคนที่มาเที่ยวเขาก็กระจายไปด้วย พอภาครัฐเห็นเขาก็เริ่มมองเห็นถึงความสำคัญ ตอนนี้ททท.ก็เข้ามา สำหรับชุมชนเราคุยกันอยู่แล้วในแต่ละกลุ่ม เราเอาหัวหน้ากลุ่มมาคุยกัน เรามีแผ่นพับสำหรับสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยว โปสเตอร์ก็มีแต่จะใช้งานที่มีลักษณะนานๆ ครั้งที่ชาวบ้านเขาไม่ชิน” (สุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกหลายท่านที่แสดงความเห็นในประเด็นนี้ ดังที่คุณเปล่ง มโนวร ตัวแทนจากชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวน ได้อธิบายว่า “เราไปอบรมมาหลายที่ เขาจะเชิญผมไปร่วมกันหาวิธีการใหม่ๆ” (คุณเปล่ง มโนวรม สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559) ในขณะเดียวกันตัวแทนจากกลุ่มชุมชนศิลาเพชร ได้กล่าวว่า “เราใช้หอกระจายข่าวหมู่บ้าน เวลาเขาประชุมก็ไปร่วมประชุมกับเขา แล้วชี้แจงว่าจะมีกลุ่มมาศึกษาดูงาน มาท่องเที่ยว ผู้นำหมู่บ้านจะขยายไปอีกทีตามเสียงตามสาย” (คุณสมเกียรติ ใหม่วงศ์, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559) ขณะที่ตัวแทนจากชุมชนมหาโพธิ อธิบายเพิ่มเติมว่านอกจากจะใช้การประชุมหรือหอกระจายข่าวแล้ว ยังมีการใช้สื่ออื่นๆ อีกด้วย “เรามีการประชุมเสวนา แสดงความคิดเห็น มาทำประชาวิจารณ์ประชาคมหลายอย่าง เราใช้หอกระจายเสียงของชุมชน มีเฟซบุ๊กของบ้านมหาโพธิ มีแผ่นพับของทางวัด อย่างการจัดแสดงฟ้อนรำใช้วิธีปากต่อปาก แทบจะไม่ใช้สื่อเลย” (เพลินจิต พ่วงเจริญ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้รูปแบบการสื่อสารของชุมชนบ้านหาดผาขนจะใช้การประชุมเป็นหลัก ตามที่คุณทองเพียร ปะนะ ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

"เรามีการประชุมประจำเดือนร่วมกับผู้ใหญ่บ้าน เราจะประชุมกันทุกเดือน เราจะประชุมเรื่องที่อำเภอก่อน เสร็จแล้วเราก็จะคุยเรื่องปัญหาภายในหมู่บ้าน ใครมีปัญหาก็จะนำมาโต้แย้งกันในที่ประชุมเราก็จะได้ผลสรุป บางทีอบต.ก็เชิญเราไปวางแผน คือเรามีส่วนในการเลือกว่าปีนี้จะเอาอะไรเข้าแผน" (ทองเพียร ปะนะ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

ทั้งนี้ชุมชนบ้านพระเกิด มีรูปแบบการสื่อสารสองทางกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาให้เป็นกิจกรรมให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

"ททท.เข้ามา 2555 เข้ามาช่วยสนับสนุนทางด้านสื่อ เอาไปโปรโมท ต่อมาปี 2557 อพท. เข้ามาดูแล้วก็มาลองทำด้วย หลังจากนั้นก็มีอ.จากธรรมศาสตร์เข้ามาสอนเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่ามันควรจะเป็นอย่างไร เช่น การทำตุงก้าคิงต้องให้นักท่องเที่ยวมาติดตา ติดจมูกเอง ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมถึงจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เราก็เลยให้นักท่องเที่ยวทำแบบนี้" (ดรุณี เทียมแสน, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

สำหรับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชุมชนมหาโพธิ จังหวัดน่าน เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2559 ผู้วิจัยพบว่า หลังจากที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ตัวแทนจากกลุ่มชุมชนมหาโพธิเสร็จสิ้น ผู้นำชุมชนและคนในชุมชนมีการประชุมร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการแบ่งหน้าที่ จัดเตรียมสถานที่ และเตรียมการแสดงสำหรับการจัดงานเลี้ยงต้อนรับทูตจากต่างประเทศที่เดินทางมาจังหวัดน่าน หลังจากประชุมเสร็จสิ้นคนในชุมชนก็ร่วมแรงร่วมใจกันในเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ในการต้อนรับ เช่นการนำใบตองมาพันรอบแก้วน้ำแล้วติดด้วยดอกกล้วยไม้ เป็นต้น

ผลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในจังหวัดน่านมีรูปแบบการสื่อสารจำแนกตามทิศทางการสื่อสารเป็นแบบสองทาง หรือ Two-Way Communication ซึ่งเป็นการสื่อสารที่สามารถตอบโต้หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้โดยตรง ทั้งนี้จะนิยมสื่อสารผ่านสื่อบุคคลผ่านทางการอบรม หรือการประชุมควบคู่ไปกับการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.4.2 การสื่อสารจำแนกตามการไหลของข่าวสารแบบแนวนอน (Horizontal Communication)

จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านจำแนกตามการไหลของสารมีลักษณะเป็นแนวนอน เนื่องจากการดำเนินงานในการสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนแผนนโยบายให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยลักษณะการสื่อสารของทุกภาคส่วนนั้นมีการโต้ตอบได้อย่างอิสระ มีความเป็นกันเอง ก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการวิเคราะห์เอกสารพบว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ให้สิทธิชุมชนในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและสาธารณประโยชน์ร่วมกับธรรมาภิบาลภาครัฐ ดังนั้น ภาครัฐควรเร่งบทบาทในการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ ตลอดจนพัฒนามาตรฐานในการให้บริการตลอดจนบุคลากรที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในภาคชุมชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพเพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว การส่งเสริมการมีส่วนร่วมแสดงบทบาทในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนโดยการสร้างเครือข่ายชุมชนและแบ่งปันความรู้และเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างชุมชน โดยเฉพาะการติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จะเป็นแรงผลักดันให้ภาคการเมือง ภาครัฐ เอกชน ดำเนินการบริหารจัดการควบคุมดูแลและใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

ผลการวิเคราะห์เชิงเอกสารมีความสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชนจำนวน 19 ท่าน พบว่าการสื่อสารของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่มมีลักษณะการไหลของข่าวสารเป็นการสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) โดยแรงผลักดันของความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดจากการสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละกลุ่มทั้ง 3 กลุ่มที่กล่าวมา ส่งผลให้การดำเนินงานในการสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความรวดเร็ว และตอบสนองต่อปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐจำนวน 7 ท่าน ทุกท่านมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในประเด็นนี้ กล่าวคือรูปแบบการสื่อสารแบบส่วนร่วมในจังหวัดน่าน มีการจำแนกตามการไหลของข่าวสารเป็นแบบแนวนอน โดยการดำเนินงานให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเริ่มต้นจากกระบวนการทำความเข้าใจ โดยที่จะเน้นการสื่อสารกับชุมชนเป็นหลักซึ่งจะยึดหลัก Co-Creation

ซึ่งประกอบด้วยการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับประโยชน์ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวว่ามีความสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่านใน 3 มิติ คือเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในขั้นตอนลำดับต่อไปจะมีการจัดตั้งเครือข่ายที่มีความน่าเชื่อถือที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลลงไปยังกลุ่มเป้าหมายแล้วเกิดการปฏิบัติตาม รวมถึงมีการจัดตั้งการประชุมอย่างสม่ำเสมอเพื่อกำหนดเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม อีกทั้งยังดำเนินการให้เกิดการมีส่วนร่วมโดยการพาชาวบ้านและผู้ประกอบการไปดูแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแรงผลักดันให้คนในชุมชนเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง ทั้งนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านกล่าวถึงประเด็นเพิ่มเติมในการรณรงค์ให้บุคคลในชุมชนที่เป็นผู้สูงอายุเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น เพื่อเป็นการบริหารเวลาของผู้สูงอายุให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยังได้ใช้ความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ของผู้สูงอายุในการผลักดันการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อีกด้วย ดังที่ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

> “มันจะมีกระบวนการทำความเข้าใจ เพราะว่านโยบายของเราคือ โค-ครีเอชั่น มันจะมี 5 ร่วม คือร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ แล้วก็ร่วมรับประโยชน์ เราจะไปหยั่งเสียงก่อนว่าเขาต้องการพัฒนาไปทางไหน แล้วเราก็ไปคิดวิธีให้เขา แล้วเราก็หาผู้มีส่วนร่วมที่จะขยายเครือข่าย โดยเฉพาะในส่วนของเจ้าของพื้นที่เอง เราต้องสร้างกลไกขึ้นมา เอาหัวหน้าบ้านต่างๆ ที่พูดแล้วมีคนฟัง เราก็ดึงเข้ามาเป็นแนวร่วม แล้วให้เขาถ่ายทอดลงไป เหมือนเขาเป็นสื่อกลาง...อีกอย่างหนึ่งคือพาไปดูตัวอย่างที่เขาทำเสร็จมาแล้ว เขาได้รับรางวัลมาแล้ว และเขารวยมาแล้ว เรากระตุ้นชาวบ้านโดยให้เขาเห็นของจริงเลย บางทีเราก็พาไปเปิดโลกทัศน์ พาไปดู 12 ปันนา หลวงพระบาง สถานที่ที่มีความใกล้เคียงกับน่าน แล้วก็ย้อนมาดูบ้านเราเอง...เราไม่ใช่หน่วยงานที่เข้ามาแล้วเอาเงินไปให้ เรามาร่วมคิดร่วมวางแผน สิ่งที่ผมคิดคุณเห็นด้วยหรือไม่ก็บอกมา เพราะชาวบ้านคนไทยจะมีนิสัยอย่างหนึ่งคือไม่ชอบคุยกันตรงๆ ในที่ประชุม มันต้องอาศัยเวทีที่ไม่เป็นทางการ เขาถึงจะยอมเปิดใจพูดกับเรา เช่นเราตั้งโครงการอบรมขึ้นมา แต่ก่อนจะอบรมเราต้องไปทำการบ้านก่อนว่าชุมชนมีปัญหาอะไร เขาขาดอะไร เขาต้องการอะไร เราก็เอาตรงนั้นไปใส่ให้เขา” (ชุมพล มุสิกานนท์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกัน คุณธนภร พูลเพิ่ม ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ ได้อธิบายถึงรูปแบบการสื่อสารกับคนในชุมชน ไว้ว่า

> “เราจำเป็นต้องสื่อสารกับชุมชนด้วย เช่นการทำตุงก้าคิงที่ชุมชนวัดพระเกิด...ถ้าทำอะไรขึ้นมาแล้วอยู่แค่ในชุมชน มันก็จบแค่นั้น...ตอนนี้เป็นเทรนของการแข่งขันชุมชน ผู้นำชุมชนค่อนข้างสมัยใหม่ บางชุมชนเป็นด๊อกเตอร์ วิสัยทัศน์ก็จะไกล ตอนนี้ททท.มาทำการตลาดก็จะง่าย เวลาสื่อสารอะไรไปทุกคนจะเข้าใจ แต่ถ้าชุมชนบอกว่าไม่ก็ไม่ เราก็จะหยุด แต่ถ้าบางทีเราเห็นว่ามันน่าจะพัฒนาได้ เราก็จะตื้อว่าจะช่วยขายให้ คำว่าขายก็คือเอาคนเข้ามาดู” (ธนภร พูลเพิ่ม, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้คุณนรินทร์ เหล่าอารยะ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน ได้กล่าวถึงรูปแบบการหาเสียงเพื่อสื่อสารกับคนในชุมชน ไว้ดังนี้

> “นายกอบจ.มาจากการเลือกตั้ง ก่อนการเลือกตั้งเราก็ต้องมีวิธีการหาเสียง การหาเสียงของผมจะใช้การปราศรัย เพราะมันได้ผลเป็นทวีคูณ การปราศรัยคือการไปพูดต่อหน้าฝูงชน ซึ่งมันก็จะมีทั้งคนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ถ้าเค้าไม่เห็นด้วยเค้าก็จะค้าน ค้านโดยการตั้งคำถามในเรื่องที่เขาสงสัยมาให้เราตอบ มันก็เหมือนเราได้อธิบายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เรื่องนี้มันเป็นเสน่ห์ของการเมืองเรียกว่าการต่อสู้ด้วยปัญญา” (นรินทร์ เหล่าอารยะ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

ใช้กระบวนการเชิญชวนคนในชุมชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ตามที่คุณสุรพล เธียรสูตร นายกเทศมนตรีเมืองน่าน ได้อธิบายไว้ดังนี้

> “หลังจากเรากำหนดเป้าหมายของการท่องเที่ยว เราก็ทำกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม โดยการเกิดกระบวนการเชิญชวนชุมชน เราเอาคนแก่ที่อยู่วัดอยู่ติดบ้านติดโทรทัศน์เข้ามามีส่วนร่วมที่วัดมาขึ้น แล้วเราก็ใช้รถรางเข้าไปแวะหาเขา ไปชมชุมชนนั้นชุมชนนี้ มันก็ทำให้เกิดพัฒนาการของชุมชน เช่นชุมชนบ้านพระเกิดก็เอากุฏิของหลวงพ่อมาทำเป็นพัฒนาชุมชน แล้วก็มาทำตุงก้าคิงเพราะมันเป็นประเพณีที่มีอยู่เก่า เขาก็พยายามรื้อฟื้นขึ้นมา เกิดจากกระบวนการคิดของชุมชนเอง

เราก็เข้าไปเสริมเป็นบางส่วน…เทศบาลมีการรณรงค์ให้ภาคธุรกิจทำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย เพราะภาคธุรกิจต้องคุยกับเราเยอะในฐานะผู้สนับสนุน เพราะฉะนั้นเราจะเป็นต้องทำความเข้าใจกับภาคธุรกิจ รวมถึงเขาก็เป็นกรรมการร่วมกับคณะกรรมการบางส่วนของเรา" (สุรพล เธียรสูตร, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

สำหรับคุณธารีนีย์ ไชยเชียว อธิบายถึงขั้นตอนการสื่อสารกับคนในชุมชนบ่อสวก ไว้ดังนี้

"เราได้ทำกระบวนการจัดเวทีประชาคมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนใน 3 รูปแบบ คือ ด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งวิธีการสื่อสารกับคนในชุมชนเราจะเริ่มจากกลุ่มอาชีพ เรามีคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลบ่อสวก เรามีตัวแทนกลุ่มต่างๆ และกลุ่มเหล่านั้นเขาก็จะมีกลุ่มย่อยอีกที เราก็ส่งตัวแทนของกลุ่มเขาเข้ามาหารือวางแผนกัน…การจัดแผนในหมู่บ้านเราก็สอดแทรกองค์ความรู้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเราต้องช่วยกันคิด ช่วยกันทำ ช่วยกันวางแผน ผู้รับผลประโยชน์ก็คือคนในชุมชน" (ธารินีย์, ไชยเชียวสัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2559)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานและองค์กรในทุกภาคส่วน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ดังที่คุณเชาวนา เขื่อนปิง นักพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

"ในครั้งแรกพี่เอาแกนนำของแต่ละด้านเอามาเสวนา เสวนาแบบมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม เวลาจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในชุมชน เรามีคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ ก่อนที่จะทำโครงการเราก็เชิญคณะกรรมการมาก่อน เอาแกนนำเข้ามา บอกว่าเราจะทำแบบนี้ เขาเห็นด้วยไหม จะเพิ่มเติมในส่วนไหนบ้าง คณะกรรมการก็เป็นคนในชุมชน...สำหรับการทำตุงก้าคิงที่วัดพระเกิด ผู้นำชุมชนเขามีความรู้ เขาก็คิดขึ้นมาเองเลย เขาเอาความรู้ภูมิปัญญาในชุมชนมารวบรวม ตอนแรกเขาคิดว่าจะตั้งใจทำเป็นที่เก็บของเก่า แล้วก็คิดว่าจะเป็นแหล่งเรียนรู้ดีไหม เราก็มาหารือกัน พี่ก็บอกว่าตอนนั้นคำว่าพิพิธภัณฑ์ชุมชนกำลังฮิตขึ้นมา พี่ก็เลยเสนอชื่อนี้เพราะว่าคำว่าแหล่งเรียนรู้มันเก่าไป แต่ถ้าเป็นคำว่าพิพิธภัณฑ์

มันก็จะกว้างขึ้น ก็เลยตกลงเป็นชื่อพิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านพระเกิด” (เชาวนา เขื่อนปิง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2559)

คุณนาถนรี ธนะปัญโญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดน่าน ได้อธิบายถึงกระบวนการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านไว้ดังนี้

“หน้าที่การทำงานหรือบทบาทกับภารกิจที่แต่ละหน่วยงานต้องรับผิดชอบมันคนละเรื่องกัน แต่เวลาลงมาทำคือมันก็จะต่อกันได้จะสานประโยชน์ด้วยกัน เช่นอพท.เค้าลงชุมชนเมืองเก่าเลย เค้ามีขีดของเค้า เค้าก็ลงไปชุมชนให้ชุมชนทำเลย ส่วนของเราสำนักงานท่องเที่ยวจะดูภาพรวมทั้งจังหวัด ทั้งพัฒนาคนพัฒนาแหล่งไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว สินค้าทางการท่องเที่ยว เมื่อทั้งหมดเราดูแล้วทางททท.ก็หยิบไปขายกับประชาสัมพันธ์ เราไม่ทำงานทับซ้อนกัน คนละหน้าที่คนละบทบาท แต่พอเรามาทำด้วยกัน ดูเหมือนจะต่างคนต่างทำ เพราะมันทำคนละส่วน แต่จะการทำงานมันเชื่อมต่อกันเองโดยกรอบหน้าที่มัน เราต้องมีการคุยกันตลอดในการพัฒนาแต่ละพื้นที่ เช่นพี่พัฒนาแหล่งนี้เสร็จแล้วอพท.ก็ลงไปลึก เค้าก็ลงไปดูโรงแรมสีเขียวโรงแรมอะไรของเค้า แล้วพี่ก็จับเอามาประเมินมาตรฐาน พอได้แล้วททท.ก็เอาไปขาย” (นาถนรี ธนะปัญโญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจจำนวน 6 ท่าน ทุกท่านมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในประเด็นนี้ กล่าวคือการสื่อสารตามการไหลของสารมีลักษณะเป็นแนวนอนโดยจุดเริ่มต้นของแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีต้นกำเนิดมาจาก 3 แหล่งที่มา ได้แก่หน่วยงานภาครัฐคืออพท.และททท. การคิดค้นขึ้นเองจากเจ้าของธุรกิจ และคำแนะนำจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจังหวัดน่าน ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ชี้แจงเกี่ยวกับประเด็นการให้ความรู้ของหน่วยงานภาครัฐว่าเป็นเพียงแค่การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเบื้องต้น แต่ไม่ได้มีการกำหนดขั้นตอนปฏิบัติหรือออกคำสั่งบังคับให้ทำ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่กล่าวว่าการดำเนินงานในการสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการปฏิบัติงานโดยบุคคลจากภาคธุรกิจเองทั้งหมด ทั้งนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านกล่าวว่า การดำเนินงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของตนเองมีการทำงานร่วมกับอพท.เช่นกัน ตามที่คุณสัจพงษ์ จินตพงษ์ เจ้าของธุรกิจวิสาสินีรีสอร์ทแอนด์สปา ได้แสดงความคิดเห็นว่า

“โครงการ 7 Green ของททท. เป็นโครงการที่เข้ามาช่วยให้ธุรกิจเริ่มมองว่า การทำธุรกิจแบบรักสิ่งแวดล้อมมันเหมาะสำหรับเมืองเล็กๆ อย่างน่าน เนื่องจากมันสามารถเริ่มต้นได้ใน 7Green มันจะมีหนึ่ง Green ที่ต้องไปเชื่อมต่อกับชุมชน ในเรื่องของการส่งเสริมชุมชนเราก็ให้ทำผลิตภัณฑ์มาฝากเราขาย แล้วก็ส่งเสริมให้คนในชุมชนมาทำงานกับเรา อพท.เองก็มีคนที่จะมาให้ความรู้พวกเราว่าการทำธุรกิจของ Green มีอะไรเป็นพื้นฐานจนกระทั่งธุรกิจร้านอาหาร ที่พัก ก็เข้าร่วมโครงการ เราก็ต้องไปร่วมทำกิจกรรมกับเขา... พนักงานส่วนใหญ่เราก็ได้จากการประกาศ การไปแจ้งกับหน่วยงานภาครัฐว่าเราต้องการพนักงานทำงาน แต่เราต้องเอามาสกรีนอีกว่า คนนี้เหมาะกับเราหรือเปล่า” (สัจพงษ์ จินตพงษ์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกันคุณภัทราภรณ์ ปราบริบู เจ้าของธุรกิจโฮงเจ้าฟองคำ อธิบายถึงการสื่อสารกับหน่วยงานภาครัฐและกลุ่มชุมชน ไว้ดังนี้

“แรกเริ่มคุณป้าเริ่มทำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพราะว่ามีกรุ๊ปทัวร์มาบอกให้คุณป้าสอนทำน้ำเงี้ยว ทำข้าวซอย ตอนนั้นอพท.ยังไม่ได้เข้ามา ต่อมาอีกระยะหนึ่งประมาณ 8 เดือนที่ผ่านมา องค์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรืออพท.เขาเข้ามาดู แล้วก็ได้นำเอาผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับโบราณคดี สถาปัตยกรรม เข้ามากรุ๊ปหนึ่ง เขาก็มาช่วยทำบอร์ดให้ความรู้เขียนให้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แล้วก็มอบไมค์ให้ตัวหนึ่งเวลาติดตัวไปไหน จะให้อธิบายและสื่อความหมายได้ง่าย ไม่ต้องตะเบ็งเสียงถ้ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่มา อันนี้ก็คืออพท.เข้ามาช่วย และเขาก็เชิญคุณป้าไปเป็นคณะกรรมการของอพท.ด้วย...เรื่องสื่อ บอร์ดที่ตั้งอยู่ รักลูกเป็นคนทำให้ รักลูกเป็นองค์กรที่เขามาช่วยผ่านทางอพท. เขาอยากเห็นเรามีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นแล้ว อพท.ก็เป็นสื่อกลาง รวมถึงเรื่องที่คุณป้าบอกว่าไม่มีคนสืบทอดต่อ เราก็ได้บอกภาครัฐไป เขาก็กำลังจะเข้าไปทางโรงเรียน” (ภัทราภรณ์ ปราบริบู, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

คุณชโลมใจ ชยพันธนาการ เจ้าของธุรกิจ บ้านๆ น่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม ได้อธิบายถึงรูปแบบการสื่อสารระหว่างธุรกิจของตนเองกับอพท.ไว้ดังนี้

“มีอพท.เข้ามาสนับสนุน แต่ว่าแนวทางของครูมันไม่เข้ากับแผนของเขา เพราะธุรกิจของครูในยุคแรกๆ ครูว่ามันใหม่มาก ครูยังไม่ทราบว่ามีใครทำแบบนี้รึเปล่า ไม่มีใครเขียนแผนขึ้นมาเพื่อส่งเสริมกิจกรรมทำค่าย หรือทำห้องสมุด อพท.ก็พยายามเข้ามาชวนเข้าโครงการลดโลกร้อน Low Carbon เพราะหน้าตาของบ้านมันก็ลดโลกร้อนอยู่แล้วเพราะมันเป็นต้นไม้ ทีนี้เราก็ได้ประโยชน์จากการที่เขาประชาสัมพันธ์ให้เรา เขาเอาหลอดไฟแบบประหยัดมาให้เรา มันก็เหมือนส่งเสริมทางอ้อม เพราะเราสนับสนุนกันโดยตรงไม่ได้ เช่น เขาให้งบมาทำกิจกรรมจัดค่ายเหมือนที่เราเคยทำ มันทำไม่ได้ เขาก็หาทางแบบนี้เพื่อมาช่วยเรา เวลาภาครัฐเข้ามาหาครู เราก็คุยกันตรงๆ ถ้าจะให้ช่วยอะไรต้องเป็นแนวทางที่เราชอบ หรือถ้าเราไม่ชอบไม่สนุกครูก็ไม่เอาเพราะครูไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเอา เวลาเขามาเสนอเราจะรับเป็นบางโครงการ แต่บางโครงการที่เราไม่โอเค เราก็จะบอกเขาเลยว่าเราไม่เอา...ที่นี่เป็นธุรกิจของครอบครัวทั้งหมด ครูพึ่งจะมีน้องชายมาช่วยไม่นานนี้ รายได้ของที่พักครูให้แม่ครูทั้งหมด แต่ว่าค่าข้าว ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ก็ใช้เงินของที่พักแม่บ้านก็ใช้เงินที่พัก ในส่วนของห้องสมุดกับร้านกาแฟครูก็หารคนละครึ่งกับน้อง ถ้ามาห้องสมุดแล้วไม่ซื้อกาแฟครูก็ไม่ว่าอะไร ไม่คิดค่าเข้า เมื่อก่อนให้เอาขนมมากินด้วยซ้ำไป แต่พอตอนหลังครูขายเค้ก เด็กๆ เขาก็ไม่เอาเข้ามา” (ชโลมใจ ชยพัฒนาการ, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2559)

การเป็นชุมชนเข้มแข็งที่เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ส่งผลให้รูปแบบการสื่อสารมีลักษณะไม่เป็นทางการ ตามที่คุณพนม แก้วเทพ เจ้าของธุรกิจลำดวนผ้าทอ กล่าวไว้ว่า

“จังหวัดน่านมีชุมชนเข้มแข็งเยอะ เราไม่ห่วงว่าจะไปไหวหรือไม่ไหว มีหลายๆ กลุ่มที่เป็นกลุ่มเข้มแข็ง เช่นกลุ่มฮักเมืองน่าน รณรงค์เรื่องรักธรรมชาติมาก ไม่แสวงหาผลกำไร ชุมชนของเราก็มีกลุ่มเข้มแข็งอยู่ เวลาเราทำอะไรที่มันผิดแตกต่างไป จะมีการท้วงติงกันอย่าง ณ วันนี้เราขอผืนป่าคืน เป็นกิจกรรมของชุมชนที่จะต้องดูแลรักษาธรรมชาติ” (พนม แก้วเทพ, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

คุณจันทร์สม พรมปัญญา เจ้าของธุรกิจจันทร์สมการทอ อธิบายถึงการรวมกลุ่มของคนในชุมชนไว้ดังนี้

> “คนในชุมชนจะรวมตัวกันที่วัดในเทศกาลสำคัญต่าง อย่างเช่น วันที่ 15 เมษายน เราจะมีการสรงน้ำพระพุทธรูป พระสงฆ์ อนุเสาวรีย์ และบรรพบุรุษที่ช่อหลวงเมืองล้าน คนในชุมชนก็จะไปช่วยกันจัดงานแล้วก็ไปร่วมงานกันทั้งหมู่บ้าน มีกิจกรรมพวกก่อเจดีย์ทราย เป็นต้น ถ้านักท่องเที่ยวมาช่วงนี้เขาก็จะได้มามีส่วนร่วม หลังจากที่นักท่องเที่ยวเขามาที่นี่แล้ว ป้าก็จะแนะนำให้เขาไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นเสมอ ไม่ใช่แนะนำแค่ในหมู่บ้านอย่างเดียว แหล่งท่องเที่ยวของแต่ละอำเภอเราก็แนะนำด้วย” (จันทร์สม พรมปัญญา, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

สำหรับการผลิตสาหร่ายที่เป็นของดีประจำชุมชน มีการสร้างเครือข่ายของผู้ผลิตเพื่อให้ข้อมูลด้านการผลิตแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตมีลักษณะที่เป็นกันเอง ตามที่คุณบุญชู เทพเสน คณะกรรมการดำเนินงานฝ่ายผลิตธุรกิจสาหร่ายไก ได้ให้ความเห็นไว้ดังนี้

> “นักท่องเที่ยวที่นี่แล้วอยากรู้เรื่องการทำอาหารจากสาหร่ายไก ถ้ากลุ่มเราไม่มีเวลาจะสอน เราก็จะหาที่อื่นสอนให้เขาได้ เพราะว่าคนในชุมชนนี้เขาทำเป็นกันหมด ทุกบ้านเขาจะกินสาหร่ายเป็นหลักมันเป็นวัฒนธรรมการกินของที่นี่อยู่แล้ว มันเป็นของดั้งเดิมมีมาตั้งแต่ปู่ย่าตายาย เขาสอนกันมา ไม่ได้มีการจดบันทึก พูดกันต่อๆ มาเป็นแบบปากต่อปาก บางอย่างเราก็มาพลิกแพลงนิดหน่อยให้มันอร่อยขึ้น กิจกรรมที่นี่นอกจากสาหร่ายแล้วก็มีอย่างอื่นด้วย แต่ต้องแจ้งมาที่ผู้ใหญ่บ้านหนองบัว เขาก็จะมีคณะกรรมการนำเที่ยวที่นี่อยู่ พาเที่ยวได้หมด อยากดูอะไร อยากทำอะไรเขาก็จะพาไป” (บุญชู เทพเสน, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มชุมชนจำนวน 6 ท่าน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่านมีทิศทางการไหลของข่าวสารในรูปแบบของการสื่อสารแนวนอนเช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคธุรกิจ โดยมีต้นกำเนิดของนโยบายเกี่ยวกับแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการผลักดันของ 3 แหล่งที่มา ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ คำแนะนำจากนักท่องเที่ยว และการคิดค้นจากคนในชุมชน ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญยังกล่าวเพิ่มเติมจากการกำหนดนโยบายของรัฐว่าเป็นเพียงการให้ความรู้ในเบื้องต้น แต่ไม่ได้บังคับหรือออกคำสั่งในขั้นตอนปฏิบัติ ทั้งนี้การดำเนินงานในการสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกลุ่มชุมชน จึงเป็นการปฏิบัติงานโดยบุคคลภายในกลุ่มกันเอง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านยังกล่าวว่าแม้มีการจัดการประชุมของกลุ่มชุมชนกับอพท.ไม่ต่ำกว่าเดือนละ 2 ครั้ง แต่ก็เป็นเพียงแค่การประชุมหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ไม่ได้เป็นการออกคำสั่งให้

ปฏิบัติตามแต่อย่างใด ตัวแทนการประชุมจากกลุ่มชุมชน จะนำข้อมูลหรือแนวทางจากการประชุมมาถ่ายทอดให้กลุ่มคนในชุมชนในลำดับต่อไป ตามที่คุณสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์ ตัวแทนจากชุมชนบ่อสวก ได้กล่าวไว้ว่า

> “อพท.ได้เอาคนในชุมชนไปเรียนรู้เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตอนแรกเราก็ไม่รู้ว่ามันคืออะไร แต่เราเห็นชุมชนที่เข้มแข็งเขาทำกันมาก่อน ภาครัฐจะมีการจัดอบรมให้ความรู้กับคนในชุมชนเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ตลอด แรกๆ ก็มีอพท.เข้ามาจัดเป็นหลัก แต่ตอนนี้ก็มีททท. ทุกหน่วยงานระบบประชารัฐเขาจะลงมาหมด แต่เราจะยึดถือวิถีของเราเป็นหลัก เราจะไม่ปรับเปลี่ยน เราขายวัฒนธรรมที่เรามีอยู่” (สุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

ในส่วนของธุรกิจโฮมสเตย์มีการสร้างเครือข่ายโดยการจัดประชุมประจำเดือนร่วมกับผู้ใหญ่บ้านและองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งการสื่อสารในที่ประชุมของเครือข่ายทุกฝ่ายสามารถพูดคุยโต้ตอบถึงประเด็นปัญหาต่างๆ ดังที่คุณทองเพียร ปะนะ ตัวแทนชุมชนบ้านหาดผาขน ได้ให้ความเห็นไว้ดังนี้

> “อพท.มาประเมินปี 2550 ที่นี่ก็เลยได้รางวัล พออพท.เข้ามาเขาก็พาไปอบรม ไปดูงาน ที่นี้ก็เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย โฮมสเตย์ก็เชื่อมโยงกัน เรามีการประชุมประจำเดือนร่วมกับผู้ใหญ่บ้าน ก็มีประธานชุมชนคือป้า ผู้ใหญ่บ้าน เขาเชิญเราร่วมประชุมกับผู้ใหญ่ทุกๆ เดือน ส่วนใหญ่เรื่องที่ประชุมเราจะคุยเรื่องจากทางอำเภอก่อน เสร็จแล้วก็จะคุยเรื่องปัญหาภายในหมู่บ้าน ใครมีปัญหาก็นำมาขัดแย้งโต้ตอบกันในที่ประชุมเราก็จะได้ผลสรุป หรือบางทีอบต.ก็เชิญไปวางแผนที่อบต.เรื่องของบประมาณ คือเรามีส่วนในการเลือกว่าปีนี้จะเอาอะไรเข้าแผน...” (ทองเพียร ปะนะ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

คุณดรุณี เทียมแสน ตัวแทนจากชุมชนบ้านพระเกิด ได้อธิบายรูปแบบการประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาให้เกิดศูนย์การเรียนรู้การทำตุงก้าคิงไว้ว่า

> “ททท.เข้ามาปี 2555 มาสนับสนุนแนะนำแล้วก็เอาไปโปรโมท ส่วนอพท.เข้ามาปลายปี 2556 เข้ามาร่วมกับอาจารย์ธรรมศาสตร์คืออาจารย์พิเชษฐ์ มาสั่งทำ ตุงก้าคิง 20 ตัว แต่พวกเราทำไม่ทัน อาจารย์ก็เลยบอกว่าให้เขามาติดตาติดจมูกของตุงเองได้ไหม เพราะ

ถ้าทำแบบนี้คือการที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมันจะกลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตอนหลังเราก็ได้รางวัลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขาก็มีรางวัลคือให้เราไปเที่ยวญี่ปุ่น เขาให้โควตา 2 คน...ตอนนี้เราก็กำลังประสานงานกับเทศบาลเมือน่านเรื่องการทำศูนย์เรียนรู้ เพราะเมื่อก่อนเรานั่งทำกันที่พื้นแล้วก็ที่หอธรรม เทศบาลก็เข้ามาถามว่าเรามีที่นั่งทำตุงเป็นหลักแหล่งไหม เราก็มีมีแต่เวลาฝนตกลมแรงคนอยู่ไม่ได้ส่วนใต้หอธรรมคนก็อยู่ได้ไม่ได้ เทศบาลก็เลยมาสร้างศูนย์การเรียนรู้ให้" (ดรุณี เทียมแสน, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

ในขณะที่ชุมชนศิลาเพชรมีการรวมกลุ่มจาก 10 หมู่บ้านเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำท่องเที่ยวเชิงชุมชนให้มีความยั่งยืนและสามารถจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดให้มีความเหมาะสม ดังที่คุณสมเกียรติ ใหม่วงศ์ ตัวแทนจากกลุ่มชุมชนศิลาเพชร ได้อธิบายไว้ดังนี้

"เรามาตั้งกลุ่ม โดยการรวมกลุ่มคนในชุมชนทั้ง 10 หมู่บ้าน เปิดรับสมัครเข้ามา ใครสนใจการท่องเที่ยวเชิงชุมชน สมาชิกกลุ่มก็มาประชุมกันว่าจะทำในรูปแบบไหนให้มันยั่งยืน เรามีการจัดสรรรายได้คือ เวลาที่แขกมาเยอะเราก็แบ่งกัน เข้าสู่ชุมชนบ้าง กิจกรรมในหมู่บ้านบ้าง เช่น บ้านหนึ่งนอน 10 คน คนละ 120 บาท เจ้าของบ้านได้ 100 บาท เหลืออีก 20 บาทเราก็จะเอาเข้ากลุ่ม เก็บไว้เป็นเงินออมของกลุ่ม เวลามีงานเราก็เอาเงินนี้ไปช่วยเหลือชาวบ้าน" (สมเกียรติ ใหม่วงศ์, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

สำหรับชุมชนมหาโพธิที่ให้ความสำคัญกับวัดจึงมีผู้สูงอายุเข้าร่วมกลุ่มคนรักวัดซึ่ง การสื่อสารในกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระเนื่องจากมีทั้งผู้ที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ตามที่คุณเพลินจิตพ่วงเจริญ ตัวแทนชุมชนมหาโพธิ กล่าวไว้ว่า

"แม่ไม่ได้บังคับให้เขาตั้งกลุ่ม แม่เพียงแค่ถามว่าคุณรักวัดไหม คุณหวงแหนวัดไหม ถ้าหวงแหนแล้วเราจะตั้งกลุ่มคนรักวัดคุณจะทำได้ไหม คนมาสมัครก็คือผู้เฒ่าผู้แก่ เขาจะมาสมัครเอง เราก็แค่เป็นหัวแรงในการเป็นหัวหน้าตั้งกลุ่มขึ้นมา แล้วก็บอกเขาไป มันก็มีทั้งคนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย บางคนบอกว่าทำไมต้องเอาวัดมาหากิน เราก็ต้องหาวิธีการ หาผู้รู้ เราพยายามทำทุกอย่างให้ชาวบ้านเห็น ว่าถ้าทำแบบนี้แล้วมันจะดี เราจะไม่ทำเหมือนวัดอื่นที่มีสิ่งปลูกสร้างอลังการ ชุมชนมหาโพธิต้องเน้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ทุกคนก็มารวมกลุ่มกันที่วัด เพราะอยู่บ้านก็ไม่มีประโยชน์ เราต้องชี้ให้เขา

เห็น ผู้นำต้องทำให้ดู ถ้าสั่งอย่างเดียวมันไม่ได้แล้ว" (เพลินจิต พ่วงเจริญ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

คุณเปล่ง มโนวร ตัวแทนจากชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวน ได้กล่าวถึงการเข้ามาส่งเสริมในธุรกิจโฮมสเตย์ของภาครัฐ โดยใช้การสื่อสารที่มีลักษณะเป็นกันเองจึงทำให้ สามารถรับรู้ถึงความต้องการในการส่งเสริมจากภาคธุรกิจได้อย่างตรงจุด

"การบริการที่ดีที่สุดคือเกษตรอำเภอ เกษตรจังหวัด แล้วก็อพท. เขาจะมาตลอด เข้ามาช่วยจัดการบางเรื่อง ส่วนใหญ่เขาจะมาถามก่อนว่าเราจะทำอะไร เขาก็จะส่งเสริมตรงนั้น ถามความต้องการของกลุ่มก่อนเป็นอันดับแรก เราจะมีการประชุมกันบ่อยกับคณะกรรมการและสมาชิกทั้งหมด ถ้าหน่วยงานภาครัฐหรืออพท.เดือนนึงไม่ต่ำกว่า 2 ครั้ง สำหรับคนในชุมชนเองไม่ต่ำกว่า 2 ครั้งต่อเดือน เราจะชี้แจงและเปิดรับสมัครเรื่อยๆ เรื่องการมีส่วนร่วมในโฮมเสตย์ ให้คนในชุมชนเข้ามาสมัคร อบรมเป็นตลอดเรื่องวิธีการต้อนรับขับสู้" (เปล่ง มโนวร, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

การสัมภาษณ์เชิงลึก สอดคล้องกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมขณะที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยเมื่อเดือน มีนาคม 2559 พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากชุมชนบ้านพระเกิดแนะนำให้ผู้วิจัยเดินทางไปชุมชนอื่นๆ ในละแวกใกล้เคียง อีกทั้งยังติดต่อประสานงานกับตัวแทนจากชุมชนมหาโพธิเพื่อให้ผู้วิจัยเข้าสัมภาษณ์ จะเห็นได้ว่าเป็นการประสานงานระหว่างเครือข่ายชุมชน ซึ่งมีลักษณะการสื่อสารเป็นแบบแนวนอน เนื่องจากรูปแบบการสื่อสารเป็นการสื่อสารกับคนที่อยู่ในระดับเดียวกัน อีกทั้งยังมีลักษณะไม่เป็นทางการ

จากการวิเคราะห์เชิงเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม สามารถสรุปรูปแบบการสื่อสารจำแนกตามการไหลของสารได้ว่า การสื่อสารในจังหวัดน่านอยู่ในรูปแบบการไหลของสารแบบนอน หรือเรียกว่า Horizontal Communication ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบนี้มักก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีและเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหน่วยงานต่างๆ ในจังหวัดน่าน ตลอดจนก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ซึ่งการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในจังหวัดจะยึดหลักการกระบวนการทำงานแบบ Co-Creation หมายถึงการร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับประโยชน์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย

4.5 จุดแข็ง และจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสการดำรงชีวิตอย่างเรียบง่ายที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านการกำจัดขยะ ทำให้ต้องเร่งดำเนินการแก้ไขการกำจัดขยะให้มีประสิทธิภาพสูงสุด มิเช่นนั้นปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของคนในชุมชนโดยตรง เนื่องจากวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติมีส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวจังหวัดน่าน

4.5.1 จุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 19 ท่าน แบ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐจำนวน 7 ท่าน ภาคธุรกิจจำนวน 6 ท่าน และกลุ่มชุมชนจำนวน 6 ท่าน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือวิถีชีวิตของคนน่านที่มีความเรียบง่าย รวมถึงการอนุรักษ์ไว้ซึ่งวิถีดั้งเดิม โดยมีรูปแบบที่น่าสนใจคือการกำหนดให้น่านเมืองเก่าที่มีชีวิต ซึ่งหมายถึงจังหวัดน่านยังมีวัฒนธรรม ประเพณี การแต่งกายที่เป็นวิถีเดิมที่ยังมีการใช้อยู่ทุกวัน จนนักท่องเที่ยวคิดว่ามันเป็นของใหม่ แต่ในความจริงมันมีมานานแล้ว โดยมีรายละเอียดจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 4 ท่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเห็นว่าจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านคือ วิถีชีวิตดั้งเดิมที่เรียบง่ายของคนน่าน ซึ่งในแต่ละชุมชนก็มีจะเอกลักษณ์แตกต่างกันไป ซึ่งคุณเชาวนา เขื่อนปิง นักพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ได้กล่าวไว้ว่า “เราขายความเป็นเมืองเก่า เพราะเราเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต ด้วยนิสัยของน่านเป็นคนมีน้ำใจอัธยาศัยดีเวลาต้อนรับ เราก็ขายได้ กิจกรรมภูมิปัญญาที่เรามีก็เอามาผนวกรวมกัน ชุมชนเขามีเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน เพราะมันอยู่ในเมืองเก่า” (เชาวนา เขื่อนปิง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2559) ในขณะที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน ได้อธิบายเพิ่มเติมไว้ดังนี้ “จุดเด่นของจังหวัดน่านมันเป็นอาณาจักรมาก่อน มันมีอะไรเป็นของตัวเอง เมื่อมีอะไรเป็นของตัวเองวัฒนธรรมมันก็เด่น วิถีการดำเนินชีวิตก็เด่น คนก็เด่นเพราะมีอัธยาศัยดี สังเกตได้จากนักท่องเที่ยวที่มาน่านก็จะซื้อเสื้อน่านมาใส่” (นรินทร์ เหล่าอารยะ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559) นอกจากนี้ ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน กล่าวถึง

จุดแข็งในจังหวัดน่านไว้ว่า “มันไปผูกเข้ากับวิถีชีวิตชุมชนโดยที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอะไร เพราะมันมีสิ่งที่ขายได้ด้วยตัวมันเองอยู่แล้ว” (ชุมพล มุสิกานนท์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559) สำหรับคุณธารินีย์ ไชยเขียว รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก กล่าวว่าวิถีชีวิตของคนน่านมีความคล้ายคลึงกับหลวงพระบาง ซึ่งอธิบายไว้ดังนี้ “จุดแข็งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาน่านคือเรื่องวิถีชีวิต นักท่องเที่ยวบอกว่าน่านใกล้เคียงกับหลวงพระบาง มาและเห็นภาพตื่นเช้ามาใส่บาตร มันเป็นวิถีที่เรียบง่าย แล้วก็ไม่เป็นสถานบันเทิง 3 ทุ่มก็เงียบแล้ว” (ธารินีย์ ไชยเขียว สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2559)

อย่างไรก็ตามยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 2 ท่านจากหน่วยงานภาครัฐ ที่แสดงความคิดว่าจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านคือความเข้มแข็งของคนในชุมชน ดังที่คุณนาถนรี ธนะปัญโญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดน่าน ได้อธิบายไว้ “จุดแข็งก็ชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชน คนในชุมชนเขามีกระบวนการคิดของเขา ผู้นำเป็นแค่ส่วนหนึ่งของชุมชน ศักยภาพของชุมชนมันโดดเด่นออกมาอยู่แล้ว วัยรุ่นสมัยนี้เวลาเขาไปเที่ยวก็จะถ่ายรูปแล้วก็จะเอามาแชร์กัน อันนี้ก็สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยอะขึ้น” (นาถนรี ธนะปัญโญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ซึ่งคุณสุรพล เธียรสูตร นายกเทศมนตรีเมืองน่าน ได้กล่าวไว้ว่า

> “จุดแข็งของการท่องเที่ยวก็คือ เรามีศักยภาพของเมืองที่มีอยู่และรองรับการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนค่อนข้างเข็มแข็ง คนในชุมชนก็จะเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยว เวลาเราอยู่ในเป้าหมายของการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาล คือการท่องเที่ยววิถีไทย เราได้เดินตามแนวทางของแผนชาติ แผนที่ 11 ซึ่งสร้างภูมิคุ้มกันความเข้มแข็งของตนเอง อันนี้เป็นจุดเด่นของเมือง ทั้งคน ศักยภาพของเมือง วิถีชีวิต” (สุรพล เธียรสูตร, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกันยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 1 ท่าน ที่มีความคิดเห็นว่า การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน ถือเป็นจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ตามที่คุณธนภร พูลเพิ่ม ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ ได้อธิบายว่า “นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น บ้านทุ่งโฮง เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง แม่เหงี่ยมเขาก็จะเตรียมผ้าเปล่าๆ ให้ นักท่องเที่ยวก็

สามารถทำอะไรแล้วถือกลับได้เลย เหมือนกับเป็นของ D.I.Y เราจะภูมิใจว่าชิ้นเดียวในโลก" (ธนภร พูลเพิ่ม, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มธุรกิจจำนวน 6 ท่าน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 3 ท่านที่เห็นว่าจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือการรักษาวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการอนุรักษ์ไว้ซึ่งวิถีเก่า ทั้งนี้มีคอนเซปต์ที่น่าสนใจคือเมืองเก่าที่มีชีวิต ซึ่งคุณภัทราภรณ์ ปราบริบู เจ้าของธุรกิจโฮงเจ้าฟองคำ ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ไว้ว่า "เขาจะชอบที่นี่เพราะมันเป็นวิถีเก่า ทุกคนจะบอกว่ามาแล้วเหมือนมาบ้านต้อนรับไปตามสภาพ" (ภัทราภรณ์ ปราบริบู, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559) ในขณะเดียวกันคุณพนม แก้วเทพ เจ้าของธุรกิจลำดวนผ้าทอ มีความคิดว่าจุดแข็งของจังหวัดน่านคือวิถีชีวิตของคนในชุมชนเช่นกัน "จุดเด่นของที่นี่คือนักท่องเที่ยวสามารถมาดู มาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน ของคนพื้นเพที่นี่ ชุมชนแถวนี้จะเป็นชุมชนแบบไทยลื้อ จะเป็นวิถีชีวิตเดิมๆ ของชาวบ้านเลย เราไม่ได้เน้นขายความสิวิไล เราความเป็นชาวบ้าน วิถีชาวบ้านแบบเดิมๆ" (พนม แก้วเทพ, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ คุณสัจพงษ์ จินตพงษ์ เจ้าของธุรกิจริสาสินีรีสอร์ทแอนด์สปา ได้อธิบายถึงรูปแบบของเมืองเก่าที่มีชีวิต ไว้ดังนี้

> "คอนเซ็ปเมืองเก่าที่มีชีวิต รู้ไหมว่ามันต่างกับเมืองเก่าที่ไม่มีชีวิตยังไง เราไปเที่ยวเมืองเก่าที่ไม่มีชีวิต เช่นอยุธยา สุโขทัย เราก็เห็นถึงโบราณสถานที่ยังหลงเหลือ แต่ว่าเมืองเก่าที่มีชีวิตเป็นจุดขายของอพท.ที่เอาออกมาขายว่าที่นี่ยังมีชีวิต เวลาเราไปเที่ยวเราจะรู้สึกว่าประเพณี ความดั้งเดิมของพื้นถิ่นยังคงหล่อหลอมอยู่ เพราะยังมีการใช้อยู่ทุกวัน จนเรารู้สึกว่าเหมือนพึ่งเกิด แต่จริงๆแล้ว มันมีมานานแล้ว เอาโบราณสถานที่มันสร้างมา 700 ปีซึ่งนานพอๆ กับอยุธยา แต่ก็ยังมีคนเข้าไปทำพิธีกรรม ยังมีคนเข้าไปไหว้ นี่คือความโบราณของเมืองเก่าที่มีชิวิตที่เป็นจุดขายหลักขายเมืองน่าน" (สัจพงษ์ จินตพงษ์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

อย่างไรก็ตามยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจจำนวน 2 ท่านที่เห็นว่า น่านมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ซึ่งคุณชโลมใจ ชยพันธนาการ เจ้าของธุรกิจ บ้านๆ น่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม ได้กล่าวไว้ว่า "จุดแข็งคือนักท่องเที่ยวได้มารู้จัก ได้ลงมือทำ บางคนก็ประทับใจในกิจกรรมนั้นๆ" (ชโลมใจ

ชยพันธนาการ, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2559) ในขณะที่คุณจันทร์สม พรมปัญญา เจ้าของธุรกิจจันทร์สมการทอ แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้ “เราให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษา เข้ามามีส่วนร่วม หลายคนก็จะได้รู้จักว่าของเรามีแบบนี้ เขาก็จะได้พูดไปปากต่อปาก ป้าว่านี่มันก็เด่นแล้วนะ” (จันทร์สม พรมปัญญา, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

ทั้งนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจส่วนน้อยจำนวน 1 ท่าน ที่เห็นว่าน่านยังมีจุดแข็งในด้านอื่นๆ ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ตามที่คุณศิริพร คำหว่าง ประธานกลุ่มธุรกิจสาหร่ายไก กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ไว้ดังนี้ “จุดเด่นของจังหวัดน่านก็คือ เป็นสถานที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเยอะ มีวัดวาอารามเยอะ” (ศิริพร คำหว่าง, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนจากกลุ่มชุมชนจำนวน 6 ท่าน มีเพียงผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพียงท่านเดียวที่ไม่ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่จำนวน 3 ท่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจที่เห็นว่าจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เรียบง่าย การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งยังเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต หมายถึงยังมีวัฒนธรรมและประเพณีให้คนรุ่นหลังได้ชื่นชม ซึ่งคุณทองเพียร ปะนะ ตัวแทนจากชุมชนบ้านหาดผาขน ได้กล่าวไว้ว่า “นักท่องเที่ยวที่มาจะใช้ชีวิตเหมือนคนที่นี่ เวลาเราต้อนรับนักท่องเที่ยวเราไม่คิดว่าเขาเป็นแขก แต่คิดว่าเขาเป็นเหมือนญาติ” (ทองเพียร ปะนะ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 25559) รวมถึงตัวแทนจากกลุ่มชุมชนศิลาเพชร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “จุดเด่นของจังหวัดน่านคือ ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาวัฒนธรรม” (สมเกียรติ ใหม่วงศ์, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559) อีกทั้งนักท่องเที่ยวทีเดินทางมาจังหวัดน่านจะเห็นการแต่งกายที่เป็นจุดเด่น ตามที่คุณเปล่ง มโนวร ตัวแทนจากชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวน อธิบายไว้ดังนี้ “จุดเด่นของจังหวัดน่านคือการแต่งกาย วัฒนธรรม วิถีเดิมเป็นจุดเด่น คนต่างถิ่นเขาจะรู้ว่าถ้ามาจังหวัดน่านจะต้องใส่ผ้าถุง ต้องรู้ตัวเองว่าจังหวัดน่าน มีการแต่งกายเป็นโบราณ มีการแต่งกายพื้นเมือง” (เปล่ง มโนวร, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกันวิถีชีวิตของคนน่านมีความเรียบง่าย อีกทั้งยังเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต โดยคุณสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์ ตัวแทนจากชุมชนบ่อสวก ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

> “น่านต้องยกให้เรื่องเมืองเก่าที่มีชีวิต เพราะคนน่านอยู่แบบเรียบง่าย วิถีวัฒนธรรมก็ยังไม่เร่งรีบนี่คือจุดขายที่หนึ่ง จุดขายที่สองคือวัฒนธรรมต่างๆ ยังคงอยู่อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามกระแสการท่องเที่ยวในอนาคตมันจะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตอนนี้มีแนวโน้มจะขยายผลไปสู่ชุมชนอีกหลายชุมชน 80,000 กว่าชุมชนในประเทศไทย

ชุมชนที่มีจุดขายน่าจะเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น" (สุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชุมชนจำนวน 1 ท่านที่เห็นว่า จุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านคือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ตามที่คุณเพลินจิต พ่วงเจริญ ตัวแทนจากชุมชนมหาโพธิ ได้อธิบายไว้ดังนี้

"การท่องเที่ยวในจังหวัดน่านป้านึกถึงการมีส่วนร่วมมากที่สุด การมีส่วนร่วมในชุมชน การมีส่วนร่วมต่างๆ ของข้าราชการ...ถ้าเราบริหารจัดการให้ดี มันก็จะมีผลดี แต่ถ้าเราไม่สนใจเรื่องการบริหารจัดการก็อาจจะเละเทะได้เหมือนกัน แต่ทุกคนระวังอยู่แล้วเรื่องนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ว่าท่องเที่ยวตรงไหนในจังหวัดน่านจะมีการระวังไม่ให้เหมือนปาย เราเอาบทเรียนจากปาย เอามาทำที่น่าน คือปายเป็นอย่างนี้ที่น่านต้องไม่เป็นแบบนี้ เขารักและหวงแหน" (เพลินจิต พ่วงเจริญ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก สอดคล้องกับการสังเกตของผู้วิจัย ขณะลงพื้นที่ในจังหวัดน่านเมื่อเดือนมีนาคม 2559 ที่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่านหลายๆ แห่งแสดงถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชน อีกทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นก็จะสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้นเช่นกัน อาทิ ชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวน มีจุดเด่นเรื่องการทำชา ขณะที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเสร็จ ผู้วิจัยมีโอกาสได้ไปดูต้นชาที่ปลูกตามเนินเขา ซึ่งการทำไร่ชาในจังหวัดน่านไม่ได้มีลักษณะเป็นธุรกิจเหมือนจังหวัดอื่นๆ แต่จะเป็นการปลูกชาแบบธรรมชาติแซมกับต้นไม้ใหญ่ตามสันเขา นักท่องเที่ยวที่มาก็มีโอกาสได้เข้าร่วมกับคนในชุมชนในการเก็บยอดชา ในขณะเดียวกันชุมชนบ้านหาดผาขน เป็นชุมชนที่อยู่ริมแม่น้ำ วิถีชีวิตของคนที่นี่คือการทำเกษตรกรรม การล่องแพชมธรรมชาติ อีกทั้งยังมีการแสดงดนตรีไทยและการทำพิธีบายศรีสู่ขวัญให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ธุรกิจสาหร่ายไกก็เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการทำสาหร่ายไกตากแห้ง ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย เนื่องจากไกเป็นอาหารพื้นบ้านของคนในชุมชนไทยลื้อบ้านหนองบัว อย่างไรก็ตามจุดเด่นของจังหวัดน่านคือการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ คนน่านจะใส่ชุดพื้นเมืองโดยไม่มีความเคอะเขิน อีกทั้งยังแนะนำให้ผู้วิจัยแต่งกายด้วยชุดพื้นเมืองขณะเก็บข้อมูลอยู่ที่น่านอีกด้วย

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม สามารถสรุปได้ว่า จุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือวิถีชีวิตที่มีความเรียบง่าย ซึ่งประกอบไปด้วยการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมใน

กิจกรรมที่เป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวจังหวัดน่าน โดยความเข้มแข็งของคนในชุมชนถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน

4.5.2 จุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนจากหน่วยงานรัฐบาลจำนวน 7 ท่าน ภาคธุรกิจจำนวน 6 ท่าน และกลุ่มชุมชนจำนวน 6 ท่าน รวมทั้งสิ้น 19 ท่าน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เห็นว่าจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือเรื่องขยะ โดยมีสาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนขึ้น รวมถึงระบบจัดการขยะในจังหวัดน่านยังไม่ดีพอ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต โดยมีรายละเอียดจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 4 ท่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเห็นจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านคือเรื่องขยะ เนื่องจากจังหวัดน่านมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณขยะมีจำนวนมากขึ้นเช่นกัน อีกทั้งระบบการจัดการขยะในจังหวัดน่านยังเป็นการฝังกลบ อาจจะไม่สามารถรองรับปริมาณขยะในอนาคตได้ ซึ่งดร.ชุมพล มุสิกานนท์ ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ว่า

> “ปัจจุบันที่นี่ใช้การฝังกลบ พอฝังกลบไปนานๆ มันก็เต็ม เราปฏิเสธความจริงไม่ได้ว่า 20-30 ปีมันก็เต็มแล้ว ยิ่งจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 300% คุณอาจจะเคยคิดไว้ว่า 10 ปีมันอาจจะเต็ม 4 ปีมันอาจจะเต็มแล้วก็ได้ แล้วระบบฝังกลบมันก็ง่ายเอารถวิ่งไปเทเสร็จแล้วก็มีรถเกดคันหนึ่งมาไถ แล้วเวลามันกวาดมันไถสมมติว่ามีเศษแก้ว มันก็จะทิ่มพลาสติกที่ปู พอทิ่มพลาสติกขาดน้ำเสียมันก็ลงไปในดิน ซึ่งมันก็ทำให้น้ำใต้ดินกลายเป็นน้ำเสียไป ซึ่งน้ำเสียในจังหวัดน่านไม่มีการบำบัด น้ำเสียทุกหยดถูกทิ้งลงในแม่น้ำน่าน” (ชุมพล มุสิกานนท์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

จังหวัดน่านไม่มีพื้นที่ในการกำจัดขยะ ทำให้ไม่มีกระบวนการกำจัดขยะนอกจากการฝังกลบ ดังที่คุณนรินทร์ เหล่าอารยะ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน อธิบายไว้ดังนี้

> “การบำบัดขยะรวมเป็นหน้าที่ของอบจ. การบำบัดน้ำเสียรวมก็เป็นหน้าที่ของอบจ. แต่ตอนนี้ที่น่านไม่มีการกำจัดขยะ เพราะมันไม่มีพื้นที่ พื้นที่เป็นของกระทรวงทรัพยากร

สิ่งแวดล้อมคือป่าไม้ เพราะฉะนั้นรัฐบาลต้องกันออกมาให้อบจ.แล้วมอบภารกิจให้อบจ. เข้าไปบริหารจัดการ แต่เรื่องนี้ไม่มีใครเคยคิด ส่วนอบจ.มีหน้าที่ไปเก็บขยะ เราจึงจำเป็นต้องมาทิ้งแล้วฝังกลบ" (นรินทร์ เหล่าอารยะ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

คุณนาถนรี ธนะปัญโญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดน่าน กล่าวถึงกระบวนการกำจัดขยะที่เกิดขึ้นจากชุมชนเข้มแข็ง ดังนี้

"จุดอ่อนสำหรับพี่คือเรื่องขยะ นักท่องเที่ยวที่จังหวัดน่านทำให้ขยะเพิ่มก็จริง แต่ศักยภาพของชุมชนที่กำจัดขยะก็ยังสามารถรับได้อยู่ เป็นธรรมชาติที่เขามาแล้วเขาต้องทิ้ง เราต้องยอมรับสภาพ เพราะคุณจะเอาเงินเขา เราเก็บเงินค่าโรงแรม ค่าอาหาร คุณก็ต้องรับผิดชอบขยะที่มันเกิดขึ้น มันเป็นเรื่องธรรมชาติ ตัวเราต้องสามารถจัดการบ้านเราให้ได้ แล้วนักท่องเที่ยวเขาไม่ได้ทิ้งเรี่ยราด เวลานักท่องเที่ยวนั่งทานขันโตกตรงลานข่วงเมืองน่าน ก่อนที่เขาจะลุกเขาก็เก็บของไปทิ้งถังขยะ พอคนมานั่งต่อเขาเห็นว่าต้องเอาไปทิ้งขยะ เขาก็ทำตาม มันต้องจัดการตัวเองก่อน แต่ที่นี่ยังจัดการได้เพราะเป็นผลมาจากชุมชนเข้มแข็ง" (นาถนรี ธนะปัญโญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

คุณธารินีย์ ไชยเขียว รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก อธิบายถึงรูปแบบการจัดการขยะของตำบลบ่อสวก ไว้ดังนี้

"จุดด้อยหนึ่งเลยคือเรื่องขยะ ขยะจากนักท่องเที่ยว ในเมืองเทศบาลเขาจะไปคัดแยกต่ออีกที แต่ว่าเทศบาลเขานำร่องและประสบความสำเร็จแล้วในเรื่องการแยะประเภทขยะ เขาจะให้นักท่องเที่ยวแยกขยะตั้งแต่ก่อนทิ้ง ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาในชุมชนบ่อสวกไม่ค่อยมีปัญหาเท่าไหร่ ตั้งแต่ที่เราจัดการท่องเที่ยวมา ทริปนักท่องเที่ยวที่มาลงพื้นที่ เราให้ขวดน้ำใบหนึ่ง เวลาไปจุดต่างๆก็ไปเติมน้ำ ตอนกลับขวดน้ำก็ยังอยู่ เราก็จัดเก็บให้" (ธารินีย์ ไชยเขียว, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2559)

อย่างไรก็ตามผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 2 ท่านที่เห็นว่านอกจากขยะจะเป็นจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้ว การเปิดโอกาสให้คนต่างถิ่นเข้ามาทำธุรกิจในจังหวัดน่าน เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม เพราะคนที่ได้ผลประโยชน์ไม่ใช่คนน่าน ดังที่คุณ

นรินทร์ เหล่าอารยะ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า “ในระยะใกล้น่านก็ยังเป็นน่าน แต่ในระยะไกลมันอาจจะไม่ใช่แล้ว ทุนมันมาเป็นทุนนานาชาติ แล้วทุนนานาชาติมันก็มาซื้อทุกอย่างเกลี้ยง ทุกวันนี้ก็ซื้อหมดแล้ว เมื่อซื้อปั๊บคนน่านก็จะถูกดันถอย เมื่อถอยคนน่านก็จะเริ่มไม่มี” (คุณนรินทร์ เหล่าอารยะ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559) ในขณะเดียวกันรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก ได้แสดงความคิดในแนวทางเดียวกัน ไว้ดังนี้ “พี่ได้ยินน้องที่ทำธุรกิจรถเช่า ตอนนี้เป็นนายทุนต่างชาติมาลงทุนร่วมกับคนเมืองน่าน อยากให้คนเมืองน่านทำเอง คนอื่นมาทำเงินก็ออกนอกชุมชน หรือว่าออกนอกประเทศ ถ้าคนในเมืองน่านบริหารจัดการเอง อย่างน้อยก็ลดต้นทุน รายได้ก็เกิดอยู่ในชุมชน อยู่ในจังหวัดเรา” (คุณธารินีย์ ไชยเขียว, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีก 1 ท่านจากหน่วยงานภาครัฐ ที่เห็นว่า สถานที่ตั้งของหน่วยงานส่งผลต่อการติดต่อสื่อสาร โดยคุณธนภร พูลเพิ่ม ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ ได้แสดงความคิดเห็นว่าจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านคือ หน่วยงานของททท.ไม่ได้ตั้งอยู่ในจังหวัดน่าน ทำให้ยากต่อการสื่อสารเรื่องต่างๆ “ททท.ไม่ได้อยู่ในจังหวัดน่าน เขาอยู่ที่แพร่ เพราะฉะนั้นการที่เขาจะมาคุยกันบ่อยๆ มันก็น้อย โอกาสที่จะคุยกันเยอะมันก็น้อย การทำงานก็ห่างๆ กันบ้าง มันก็จะเป็นอุปสรรคต่อการทำงานตรงนี้เยอะ” (ธนภร พูลเพิ่ม, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559) ในทางกลับกันนายกเทศมนตรีเมืองน่าน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีก 1 ท่าน แสดงความคิดเห็นในเพิ่มเติมว่า ระยะทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นจุดอ่อนสำหรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว “จุดอ่อนก็คือ เรื่องการเดินทาง การเดินทางโดยรถก็โค้งไปโค้งมา การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ระยะมันก็ยืดกันไกล” (สุรพล เธียรสูตร, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559) นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีก 1 ท่าน กลับเห็นว่าจุดอ่อนของจังหวัดน่านคือบุคลากรยังมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ ดังที่คุณเชาวนา เขื่อนปิง นักพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้ “จุดอ่อนก็คือเรื่องของทักษะความรู้ของบุคลากรไม่เพียงพอ ทั้งหน่วยงาน ชุมชนและองค์กรขาดทักษะขาดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว อีกเรื่องหนึ่งก็คือคนที่ทำมาจริงก็ไม่มีโอกาสได้เข้าร่วมในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยวของน่าน คนที่ทำกับคนที่วางแผนก็เป็นคนละคนกัน” (เชาวนา เขื่อนปิง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจจำนวน 6 ท่าน พบว่า มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 3 ท่านเห็นว่า จุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านคือเรื่องขยะ

ซึ่งปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง ซึ่งคุณสัจพงษ์ จินตพงษ์ เจ้าของธุรกิจริสาสินีรีสอร์ทแอนด์สปา ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ไว้ว่า

> “จุดเสียมันก็คือสภาพแวดล้อม คนมาเมืองน่านปีที่แล้วมา 600,000 คน พี่ก็ไม่รู้ว่า 600,000 คนจะกินน้ำคนละกี่ขวด ถ้าชัวร์ๆ เลยมา 3 วันต้องกิน 4-5 ขวดแล้ว พลาสติกก็ต้องคูณ 6 แสนเข้าไป ตรงนี้มันเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เขาโฆษณากันออกไป แต่มันกลับทำให้ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมถูกทำลาย โดยที่คุณไม่ได้มีงบประมาณไปเติมให้มัน มีแต่สร้างวัตถุ สร้างแหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่ได้ไปแก้ไขในส่วนที่มันแย่ลงให้มันคงเดิมหรือดีขึ้น มันเป็น 2 ด้านที่พี่บอกในดีมีเสียในเสียมีดี มามากก็ทำลาย มาน้อยชาวบ้านก็ไม่มีรายได้” (สัจพงษ์ จินตพงษ์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

คุณภัทราภรณ์ ปราบริบู เจ้าของธุรกิจโฮงเจ้าฟองคำ ได้อธิบายปริมาณขยะในจังหวัดน่านที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ไว้ดังนี้

> “ขยะมันก็เยอะอยู่ คนเอาเข้ามาวันละกิโล เรารู้ปัญหารู้เรื่องขยะ ที่อื่นๆเขาอาจจะซื้อน้ำที่เป็นแก้วเล็กๆ เอามาเสริฟนักท่องเที่ยว ทีนี่กฎเหล็กก็คือใช้แก้วน้ำแล้วเราก็ล้างเอาก็ช่วยลดขยะไปด้วย เทศบาลน่านยังจัดการขยะได้ไม่ได้ เราเคยเสนอบอกว่าขยะเราต้องแยกให้เป็นส่วน เพราะที่แพร่เขาก็ทำได้ แต่ที่น่านเขายังไม่ทำ เราก็เป็นห่วงเหมือนกัน อีกอย่างขยะที่มาจากนักท่องเที่ยวเราควบคุมเขาไม่ได้ เพราะนักท่องเที่ยวเขามาจากต่างจังหวัด ช่วงเทศกาลหน้าเซเว่นรถจอดเต็มไปหมด เขาจะทานทุกอย่างในเซเว่น ขยะมันเพิ่มจำนวนขึ้นด้วย” (ภัทราภรณ์ ปราบริบู, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

คุณชโลมใจ ชยพันธนาการ เจ้าของธุรกิจ บ้านๆ น่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม มีความคิดเห็นว่า จำนวนขยะในจังหวัดน่านมีปริมาณเพิ่มขึ้น แต่เจ้าของธุรกิจก็ควรหาวิธีการกำจัดขยะที่เกิดขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนี้

> “ชัดเจนจริงมันมีผลเรื่องขยะ แต่ว่าเราต้องยอมรับมัน เพราะว่าเราต้องการเงินเขา เราก็ต้องมีเรื่องพวกนี้เข้ามา แต่ก่อนครูจะใช้แก้วจริงๆ ในการขายกาแฟ แก้วสารพัดทรงสวยๆ ใครมาแนะนำให้ครูใช้แก้วพลาสติก ครูก็ไม่เอา แต่พอมาวันนี้ครูขายดีมาก แล้วครูก็เหนื่อยที่ต้องมานั่งล้าง นั่งเก็บ ครูเลยตัดสินใจใช้แก้วพลาสติกจนยอมรับมันไปในที่สุด แต่ที่นี้มันก็มีปัญหาเรื่องขยะเข้ามา แต่วิธีแก้ของครูคือขยะที่มันรีไซเคิลได้ ครูก็มี

> คนในหมู่บ้านเขาก็จะมาเก็บขวด เก็บแก้วของครูไป ครูก็เทแล้วก็คว่ำไว้ เขาก็มาเอาไปขาย ชุมชนเขาก็มีรายได้จากตรงนี้ด้วยส่วนหนึ่ง อีกเรื่องหนึ่งที่ในอนาคตเราจะเจอกันมาก ขยะพวกไขมันอย่างครูขายเค้ก พวกน้ำชากาแฟมันมีนม การเทลงไปมันคือไขมันที่หมักหมม อีกหน่อยท่อก็จะอุดตัน และต้องอุดตันอีกเยอะมาก เพราะธุรกิจกาแฟในเมืองน่านมีเยอะมาก แล้วก็ขายดีกันทั้งนั้น" (ชโลมใจ ชยพันธนาการ, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2559)

ในขณะเดียวกันยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจจำนวน 1 ท่าน ที่อธิบายว่าจุดด้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ ความไม่ต่อเนื่องของหน่วยงานราชการที่มาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ตามที่คุณคุณพนม แก้วเทพ เจ้าของธุรกิจลำดวนผ้าทอ ได้กล่าวไว้ว่า "จุดอ่อนคือความไม่ต่อเนื่องของส่วนราชการที่มาส่งเสริม อยากได้ผลงานก็มา ความจริงใจน้อย" (พนม แก้วเทพ, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559) อย่างไรก็ตามยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจอีก 1 ท่าน ที่มีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกัน คือ พื้นที่ในจังหวัดน่านยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ซึ่งคุณศิริพร คำหว่าง ประธานกลุ่มธุรกิจสาหร่ายไก ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้ "จุดอ่อนของเราก็คือไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ อย่างหมู่บ้านพี่เป็นหมู่บ้านไทยลื้อ โฮมสเตย์ยังมีไม่เพียงพอ เราจะพัฒนา ตอนนี้เราก็ยังคุยกันอยู่" (ศิริพร คำหว่าง, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559) อย่างไรก็ตามยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 1 ท่านที่เห็นว่าจังหวัดน่านไม่มีจุดด้อย ดังที่คุณจันทร์สม พรมปัญญา เจ้าของธุรกิจจันทร์สมการทอ ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้ "ป้าว่ามันไม่มีจุดด้อยนะ มันจะมีแต่จุดเด่น" (จันทร์สม พรมปัญญา, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากกลุ่มชุมชนจำนวน 6 ท่าน มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 1 ท่านที่ไม่ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่จำนวน 3 ท่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ โดยเห็นว่าเรื่องขยะที่เพิ่มขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งคุณสมเกียรติ ใหม่วงศ์ ตัวแทนจากกลุ่มชุมชนศิลาเพชร กล่าวว่า "จุดด้อยคือ ขยะสกปรก นักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะ ซื้อของติดไม้ติดมือมา กินแล้วก็ทิ้ง เราก็ต้องเก็บกัน" (สมเกียรติ ใหม่วงศ์, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559) ในขณะเดียวกันคุณสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์ ตัวแทนจากชุมชนบ่อสวก ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ไว้ว่า

"เราห่วงว่านักท่องเที่ยวมันอาจจะเยอะเกินไป เมื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามันก็ผลกระทบในเรื่องของขยะ มลภาวะต่างๆ เรากลัวว่าขยะจะมาสร้างมลภาวะให้คนในชุมชน...แต่เรามีกติกาอยู่ เราจะไม่ให้นักท่องเที่ยวซื้อน้ำเข้ามา เพราะเราจะมีขวดน้ำเตรียมไว้ให้แล้ว แล้วก็มีจุดบริการน้ำไว้เป็นจุด ใช้ขวดเดียวแล้วก็เติมน้ำแทน เราจะไม่เพิ่มปริมาณขยะในชุมชน เราก็ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวให้เขาพกขวดน้ำไว้ที่ตัว นี่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยชุมชนได้" (สุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

คุณเพลินจิต พ่วงเจริญ ตัวแทนจากชุมชนมหาโพธิได้อธิบายกระบวนการจัดการขยะในชุมชนมหาโพธิ ไว้ดังนี้

"นักท่องเที่ยวมีนิสัยกินแล้วก็ทิ้ง แต่ถ้าเขาทำในชุมชนเรา เราจะมอง เขาก็จะรู้ตัวก็จะเก็บกลับคืนไป เราจะไม่ให้นักท่องเที่ยวมาทิ้งแล้วคิดมาตรการทีหลัง นักท่องเที่ยวบางท่านก็มาบอกว่าขอฝากทิ้งหน่อย เราก็จัดการคัดแยกขยะให้เป็นรายได้ของชุมชน โดยการเอาไปขายหรือเอาไปรีไซเคิลต่อ มันก็ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ ถ้าเราบริหารจัดการให้ดี มันก็จะมีผลดี แต่ถ้าเราไม่สนใจเรื่องการบริหารจัดการมันอาจจะเละได้เหมือนกัน แต่ทุกคนพยายามระวังอยู่แล้ว" (เพลินจิต พ่วงเจริญ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559)

อย่างไรก็ตามยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชุมชนจำนวน 1 ท่าน ที่แสดงความคิดเห็นว่าจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านคือ ป้ายบอกทางสำหรับชุมชนต่างๆ ยังน้อยเกินไป ดังที่คุณทองเพียร ปะนะ ตัวแทนจากชุมชนบ้านหาดผาขน ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้ "จุดอ่อนคือเรื่องถนนหนทาง ป้ายบอกทาง เราก็กำลังขอไปที่อบจ.ให้มาซ่อมถนน เราทำเรื่องไปหลายที่ ตอนนี้ก็ยังไม่มีงบประมาณลงมา นักท่องเที่ยวก็บ่นว่าป้ายแต่ละอันมันห่างกัน ป้ายก็ไม่ชัดเจน" (ทองเพียร ปะนะ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) ในขณะเดียวกันยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชุมชนอีก 1 ท่านมีความคิดเห็นที่ต่างออกไป โดยคุณเปล่ง มโนวร แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ว่า จุดอ่อนของจังหวัดน่านคือยังขาดแคลนของฝากที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น "เราอยากพัฒนาของฝากให้มีประสิทธิภาพ ให้หน่วยงานต่างๆ เอาความรู้มาสอนในการทำของฝากในท้องถิ่น สร้างเป็นสินค้าให้กับชุมชน เพราะชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวนก็ยังไม่มี"

(เปล่ง มโนวร, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559) นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากชุมชนบ้านพระเกิดอีก 1 ท่าน แสดงความคิดเห็นว่าจุดอ่อนคือเรื่องผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยอธิบายไว้ดังนี้ “ข้อเสียคือผลประโยชน์ คนในชุมชนบางคนที่เขาไม่ได้คิดถึงความก้าวหน้า เขาจะพูดว่ามีได้เล็กได้น้อย ทำกันเฉพาะกลุ่ม คือบางคนเขามาทำแล้วทำไม่ดีของก็เสีย ไม่เป็นที่พึ่งพอใจของลูกค้า” (ดรุณี เทียมแสน, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก สอดคล้องกับการสังเกตของผู้วิจัย ขณะที่ผู้วิจัยได้เดินทางไปยังชุมชนมหาโพธิ พบว่า คนในชุมชนได้มีการบริหารจัดการขยะโดยมาแปรรูปให้เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่า เช่นการทำอ่างล้างมือจากยางรถยนต์ การทำดอกไม้จันทน์จากลอตเตอรี่ รวมถึงการนำไม้มาแกะสลักเป็นรูปพระโดยมีหลากหลายขนาด เพื่อเป็นการใช้ประโยชน์จากไม้ให้สูงที่สุด

ผลการวิจัยในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า จุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือปัญหาเรื่องการกำจัดขยะเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไข เนื่องจากการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวพร้อมกับขยะจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง แม้ว่าชุมชนในจังหวัดน่านจะมีวิธีการกำจัดขยะในรูปแบบของการฝังกลบ แต่การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวไม่สามารถทำให้การกำจัดขยะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4.5.3 ผลตอบรับในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่มจำนวน 19 ท่าน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดน่านเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมถึงมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน ในขณะเดียวกันคนในชุมชนเองก็มีความสามัคคี เป็นกันเอง จึงเป็นเหตุผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการมาซ้ำ และแนะนำจังหวัดน่านให้เป็นที่รู้จักต่อไป

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด 7 ท่าน พบว่า มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 1 ท่านที่ไม่ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ ในขณะเดียวกันผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 6 ท่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่านมีจำนวนเพิ่มขึ้น ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากการเดินทางมาซ้ำ การแนะนำให้บุคคลท่านอื่นเดินทางมาเที่ยวจังหวัดน่าน รวมถึงการขยายวันพักเพื่อท่องเที่ยวจังหวัดน่านนานมากขึ้น ซึ่ง ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน ได้กล่าวถึงการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ “...ตามแผนของเรา เราตั้งเป้าภายใน 5 ปี นักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเป็น 300,000 คน แต่ว่าแค่ 2 ปีมันเพิ่มเป็น 600,000 คน ฉะนั้นในเรื่องมิติเศรษฐกิจผมไม่ห่วง ผมไม่มีโครงการอะไรที่ไปกระตุ้นเศรษฐกิจเลย” (ชุมพล มุสิกานนท์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559) ใน

ขณะเดียวกันคุณนาถนรี ธนะปัญโญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดน่าน ได้อธิบายเกี่ยวกับผลตอบรับในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ “ช่วง 2 ปีที่ผ่านมานักท่องเที่ยวเยอะขึ้น แล้วก็มีการพัฒนาต่อมาเรื่อยๆ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมีอยู่หลายปัจจัยไม่ใช่เฉพาะการท่องเที่ยวที่นี่อย่างเดียว เรื่องการคมนาคมที่สะดวกขึ้นด้วย เครื่องบินหลายไฟลท์ถนนก็เริ่มจะดีขึ้น แต่หลักๆ ก็เป็นผลจากการท่องเที่ยว” (นาถนรี ธนะปัญโญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559) นอกจากนี้ คุณเชาวนา เขื่อนปิง นักพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ได้อธิบายถึงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการมาซ้ำไว้ดังนี้ “เมื่อก่อนเราจัดพื้นที่เล็กๆ ตรงข่วงที่เป็นสนามหน้า เพราะว่านักท่องเที่ยวเขาจะต้องถ่ายรูป หน้าข่วงมันสวย จะเห็นภาพวัดหมดเลย ภาพก็ถูกเผยแพร่ออกไป นักท่องเที่ยวที่เขามาแล้วเขาก็กลับมาอีกครั้ง เขาชอบ” (เชาวนา เขื่อนปิง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2559)

นักท่องเที่ยวเกิดการมาซ้ำ การบอกต่อ และการขยายวันพัก ซึ่งเป็นไปตามเป้าประสงค์ของททท. ตามที่คุณธนภร พูลเพิ่ม ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ ได้อธิบายไว้ดังนี้

> “เกิดการมาซ้ำแล้วบอกต่อ นี่คือจุดหลักที่ตรงกับเป้าประสงค์ของททท. มาแล้วเกิดความประทับใจ ภูมิใจสบายใจที่ได้ทำตุงก้าคิง ได้มาถวายเทียนคู่แล้วกลับไปบอกต่อ อีกสองสามเดือนมาอีก หนึ่งคือการมาซ้ำ สองคือการบอกต่อและขยายวันพัก แค่นี้ททท.พอใจแล้ว เพราะว่าทั้งสามอย่างนี้เป็นการเพิ่มมูลค่าของเม็ดเงิน มูลค่าของจังหวัด ตรงเป้าประสงค์ของททท.” (ธนภร พูลเพิ่ม, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

ในขณะที่คุณสุรพล เธียรสูตร นายกเทศมนตรีเมืองน่าน ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่าน สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้

> “ผลตอบรับเราดูถึงปริมาณนักท่องเที่ยวที่มา กับกลุ่มเป้าหมายที่มา มันตอบสนองเช่นนั้นจริงๆ สิ่งที่คาดหมายไว้ก็คือ ผู้สูงอายุมาเที่ยวมาน่านมากขึ้น มานอกเวลามากขึ้น...เราเห็นว่ากลุ่มผู้สูงวัยที่เกษียณแล้ว มีโอกาสรวมตัวกันมาเที่ยวน่าน มันเหมือนการตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวของเขา...” (สุรพล เธียรสูตร, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2559)

คุณธารินีย์ ไชยเขียว รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก ได้อธิบายถึงผลตอบรับจากนักศึกษาที่เดินทางมาทำกิจกรรมในจังหวัดน่านไว้ดังนี้

> “ทริปวันนั้นเป็นการท่องเที่ยวทั้งวันแล้วก็ทานขันโตก จะเป็นนักศึกษาน้องๆจากพะเยา เชียงราย เขาจะมีกิจกรรมร่วม ไปดูสถานที่ มีกิจกรรมร่วม เขาก็สนุก ประทับใจ สิ่งสะท้อนที่อาจารย์มีผลตอบรับกับมาให้เรา คืออยากกลับมาอีก เป็นโครงการที่พอดีลงตัว ไม่เหนื่อยเกินไป แล้วก็ได้ลงมือทำด้วยตัวเอง เขาประทับใจ” (ธารินีย์ ไชยเขียว, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจจำนวน 6 ท่าน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 4 ท่านมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยมีเหตุผลมาจากกิจกรรมต่างๆ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของคนน่าน อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการมาซ้ำ ตลอดจนแนะนำให้บุคคลอื่นๆ เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่านอีกด้วย ดังที่เจ้าของธุรกิจจันทร์สมการทอ ได้กล่าวไว้ว่า “นักท่องเที่ยวบอกว่าดีที่เราทำธุรกิจแบบนี้ เพราะเรามีศูนย์การเรียนรู้ เป็นคำชมอย่างเดียว คำติไม่ค่อยมี ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวก็ไม่มี ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบ บางคนก็จะกลับไปชวนเพื่อน ชวนรู้จักมา เขาไปพูดกันปากต่อปาก” (จันทร์สม พรมปัญญา, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559)

ในขณะที่คุณสัจพงษ์ จินตพงษ์ เจ้าของธุรกิจริสาสินีรีสอร์ทแอนด์สปา อธิบายถึงการเข้ากิจกรรมการลดโลกร้อน Low Carbon ของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

> “นักท่องเที่ยวมาจังหวัดน่านเยอะขึ้น ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวจะมาคือมาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว Low Carbon เป็นอันดับสองว่าจะใช้กิจกรรมนี้ไหม สำหรับ Low Carbon บางครั้งมันก็ไม่ได้ดีเสมอไป คนที่ไฮโซมักจะไม่ชอบ Low Carbon มันมีทั้ง 2 อย่าง คนระดับกลางบางคนก็ชอบ Low Carbon เพราะว่ามันถูกดีได้ส่วนลด แต่บางคนก็ไม่เอา เอาแบบสบายๆ ดีกว่า” (สัจพงษ์ จินตพงษ์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการมาซ้ำ ตามที่คุณภัทราภรณ์ ปราบริบู เจ้าของธุรกิจโฮงเจ้าฟองคำ ได้อธิบายไว้ดังนี้

"นักท่องเที่ยวทุกคนชอบหมด มีนักท่องเที่ยวที่มาซ้ำเยอะ บางคนมาหลายหน พอน่าน เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ข้อดีก็คือทำให้การท่องเที่ยวของเรายั่งยืน ชาวบ้านก็ได้เงิน นักท่องเที่ยวที่มาส่วนใหญ่ต้องเป็นคนที่ชอบเรื่องพวกนี้ เพราะเค้ารู้ตัวว่าเค้าต้องเที่ยวยังไง เช่นใช้ถุงพลาสติกให้น้อยลง เดี่ยวนี้คนก็เริ่มเข้าใจมากขึ้น" (ภัทราภรณ์ ปราบริบู, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

สำหรับคุณชโลมใจ ชยพันธนาการ เจ้าของธุรกิจ บ้านๆ น่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม กล่าวถึงผลตอบรับของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังบ้านๆ น่านๆ ห้องสมุดและเกสต์โฮม ไว้ดังนี้

"นักท่องเที่ยวจะเขียนใส่สมุดที่ครูวางไว้ให้ นี่ก็เล่มที่ 3 แล้ว ครูก็ตามไปอ่านใน เฟซบุ๊กและอินสตาแกรมส่วนใหญ่เค้าก็เขียนดีดี เขียนไม่ดีไม่มีหรอก เรื่องที่นักท่องเที่ยวชมมากที่สุดเวลามาที่นี่ คือชอบเจ้าของ ชอบต้นไม้ ชอบบ้าน 3 อย่างนี้ไล่ๆ กัน นักท่องเที่ยวที่เขามาที่นี่เขาชอบอ่านหนังสือ เพราะหนังสือพวกนี้ไม่ได้มีตามซีเอ็ด เป็นหนังสือเฉพาะทาง เท่าที่สังเกตดูช่วงเทศกาลท่องเที่ยวเช่นปีใหม่ นักท่องเที่ยวจะไม่ซื้อหนังสือ คือเขาตั้งใจมาเที่ยว มาพักจริงๆ แต่วันอื่นๆ ที่ไม่ใช่เทศกาล จะเป็นกลุ่มของคนที่ชอบอ่านหนังสือ คนที่มาที่นี่บางคนเขาออกไปข้างนอกน้อยมาก ก็กลายเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์" (ชโลมใจ ชยพันธนาการ, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2559)

ในทางกลับกันยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคธุรกิจจำนวน 1 ท่าน ที่กล่าวว่า ผลตอบรับในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการสร้างความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ตามที่คุณบุญชู เทพเสน คณะกรรมการดำเนินงานฝ่ายผลิตธุรกิจสาหร่ายไก แสดงความคิดเห็นไว้ว่า "นักท่องเที่ยวบอกว่าสร้างความรู้ใหม่ให้กับเขา ตอนที่มีฝรั่งมาจากสวีเดนมาเขาก็บอกว่าทำสาหร่ายสนุกดี" (บุญชู เทพเสน, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2559) อย่างไรก็ตามยังมีผู้ให้ข้อมูลอีก 1 ท่านที่แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นนี้ว่า ผลตอบรับในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการทำให้ภาคธุรกิจได้ใกล้ชิดกับคนในชุมชน ซึ่งคุณพนม แก้วเทพ เจ้าของธุรกิจลำดวนผ้าทอ ได้อธิบายไว้ดังนี้

"ชุมชนรอบข้างจะอิงอยู่กับเรา เราคืนกำไรให้ชุมชนเราไป เราจัดพวกพระป่า ถวายวัด ช่วงสงการณ์ก็จะทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ชุมชน Happy มาก 1) เราให้ความสำคัญกับชุมชน

2) เราสนับสนุนคนในชุมชน 3.เวลามีปัญหาเราเข้าไปร่วมกับชุมชน หลายๆ อย่างมันเกื้อกูลกัน อย่างสินค้าเราเป็นทุน ชาวบ้านเป็นแรง ผลตอบกลับมาจากชาวบ้านก็ได้เราก็ได้" (พนม แก้วเทพ, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำคัญจากกลุ่มชุมชนจำนวน 5 ท่านจากจำนวน 6 ท่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเกิดการมาซ้ำ และบอกต่อ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมีความน่าสนใจ รวมถึงคนในชุมชนมีความสามัคคี อัธยาศัยดี ตลอดจนมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ ซึ่งตัวแทนจากชุมชนศิลาเพชร ได้กล่าวถึงผลตอบรับจากนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ "นักท่องเที่ยวพูดว่าจะกลับมาอีก เรามีหนังสือให้ลงความเห็น เขาก็มาแสดงความคิดเห็น" (สมเกียรติ ใหม่วงศ์, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2559) อีกทั้งตัวแทนจากชุมชนมหาโพธิ กล่าวถึงกิจกรรมในชุมชนที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยว ดังนี้ "เขามานั่งแกะพระไม้ดอกไม้ประดิษฐ์ รำวง สนุกสนานแล้วก็ไป ส่วนใหญ่ก็มีแต่แง่ดี มีหลายคนที่กลับไปแล้วจะกลับมาใหม่ บางคนมาตั้ง 3 ครั้งแบบติดใจ" (เพลินจิต พ่วงเจริญ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559) สำหรับตัวแทนจากชุมชนศรีนาป่าน-ตาแวน ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องผลตอบรับจากนักท่องเที่ยวไว้ว่า "นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบ เขาบอกว่าเขาจะกลับมาทำใหม่ ปีหน้าเขาจะกลับมาเหมือนเดิม มาช่วยทำฝายชะลอน้ำ ตรงไหนที่ขาดแคลน ตรงไหนที่จะสร้างต่อ" (เปล่ง มโนวร, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2559) ในขณะเดียวกันตัวแทนจากชุมชนบ้านพระเกิด มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ดังนี้ "นักท่องเที่ยวมาเยอะขึ้น เขามาทำเขาบอกว่าดีมากๆ ขอเบอร์โทรไปแล้วจะเอาญาติมาด้วย จะไปบอกต่อ เขาบอกว่ามีความสุข นี่ก็เป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นล้านนา เป็นวัฒนธรรมที่เก่าแก่มากๆ เราพลิกฟื้นขึ้นมาเผยแพร่" (ดรุณี เทียมแสน, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2559)

อย่างไรก็ตามมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชุมชนจำนวน 1 ท่านได้อธิบายเพิ่มเติมว่านักท่องเที่ยวบางท่านเสนอให้จัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับเทศกาลและภูมิอากาศ อาทิเช่น ชุมชนบ่อสวกเคยจัดกิจกรรมเดินป่าในช่วงหน้าฝนเพราะอากาศไม่ร้อน แต่นักท่องเที่ยวก็ได้เสนอให้จัดกิจกรรมในช่วงหน้าร้อนหรือตอนเช้า เพื่อลดความเสี่ยงขณะทำกิจกรรม ดังที่ คุณสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์ ตัวแทนจากชุมชนบ่อสวก ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า "นักท่องเที่ยวมากระซิบว่าบางกิจกรรมที่เราจัดควรปรับหน่อยจะดีขึ้น เช่น เมื่อก่อนเราพาเดินป่า แต่ช่วงเวลาที่เราจัดกิจกรรมมันไม่เหมาะสม เราก็ขอปรับเป็นช่วงหน้าร้อนหรือตอนเช้า เป็นต้น ส่วนกิจกรรมอื่นๆ นักท่องเที่ยวเขาชอบอยู่แล้ว ชอบที่ได้ลงมือทำเอง" (สุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559)

จากการสังเกตของผู้วิจัยขณะลงพื้นที่เก็บข้อมูลในจังหวัดน่านเมื่อเดือนมีนาคม 2559 ซึ่งถือว่าเป็นช่วง Low Season ของจังหวัดน่าน แต่นักท่องเที่ยวยังมีปริมาณมากทั้งในวันธรรมดาและวันเสาร์อาทิตย์ อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์นายกเทศบาลเมืองน่านที่ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มเป้าหมายในจังหวัดน่านคือผู้สูงอายุ เนื่องจากมีกำลังการซื้อสินค้ามากกว่ากลุ่มทั่วไป

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม สามารถสรุปได้ว่าผลตอบรับในรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวมีการขยายเวลาในการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ทั้งนี้ยังมีการแนะนำและชักชวนคนรู้จักให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน จากผลตอบรับของนักท่องเที่ยว ดังกล่าวส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน และเพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มคือ หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชน จากข้อมูลที่ได้มาผู้วิจัยสามารถแบ่งการนำเสนอตามกรอบแนวคิดการวิจัยออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

2) ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

3) รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

4) จุดแข็ง และจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านเป็นรูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน (Community Network Model) โดยเริ่มต้นจากกระบวนการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่ต้องการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยการบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตประเพณี และวัฒนธรรมของคนในชุมชนผ่านทางรูปแบบของการจัดกิจกรรม ซึ่งลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นจะยึดวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชนเป็นหลัก ในขณะเดียวกันอาจจะมีการเพิ่มรายละเอียดในกิจกรรมให้มากขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมควบคู่

ไปกับการคำนึงถึงผลประโยชน์ของคนในชุมชน รูปแบบของกิจกรรมที่กล่าวถึงในข้างต้นจะเกิดจากแรงบันดาลใจ ความคิดสร้างสรรค์ และความร่วมมือของคนในชุมชน ตลอดจนอาศัยกระบวนการคิดร่วมกันของหน่วยงานทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตามรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจจะมีรูปแบบของกิจกรรมที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละชุมชน

5.1.2 ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

ระดับการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน พบใน 2 ระดับคือ การมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบายและการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งและผู้ผลิต โดยส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ซึ่งการมีส่วนร่วมในระดับนี้ถือว่าเป็นระดับสูงสุดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชน โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่วางแผนและกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการวางแผนหรือกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวในละครั้ง จะเกิดจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากภาคธุรกิจและกลุ่มชุมชน ในทางกลับกันมีเพียงส่วนน้อยที่มีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งและผู้ผลิต การมีส่วนร่วมในระดับนี้คนในชุมชนจะไม่ได้แสดงความคิดเห็นในการวางแผนด้านการท่องเที่ยวโดยตรง แต่มีหน้าที่นำนโยบายดังกล่าวมาปฏิบัติ รวมถึงยังทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในการส่งต่อนโยบายให้กลุ่มธุรกิจและชุมชนต่อไป ในขณะเดียวกันยังเป็นผู้ส่งสารกลับไปยังหน่วยงานภาครัฐอีกด้วย

5.1.3 รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชน มีรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน โดยจำแนกตามทิศทางการสื่อสารเป็นแบบสองทาง (Two-Way Communication) และจำแนกตามการไหลของข่าวสารเป็นแบบแนวนอน (Horizontal Communication) ซึ่งจะดำเนินการรวบรวมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น นำเสนอข้อมูลผ่านทางการอบรมและการประชุม อีกทั้งควบคู่ไปกับการเลือกใช้สื่อที่หลากหลายช่องทาง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตามลักษณะการสื่อสารของทุกภาคส่วนจะสามารถโต้ตอบแลกเปลี่ยน

ความคิดเห็นกันได้อย่างอิสระ เพื่อขับเคลื่อนแผนนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้บรรลุจุดประสงค์ที่กำหนดไว้ได้อย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันการสื่อสารใน 2 รูปแบบข้างต้นจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์อันดีและเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของทุกหน่วยงานในจังหวัดน่าน

5.1.4 จุดแข็ง และจุดอ่อนของการพัฒนาการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน มีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบที่เรียบง่ายตามวิถีชีวิตท้องถิ่นของชาวจังหวัดน่าน การหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากนอกจากจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านการกำจัดขยะที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็ว

5.1.4.1 จุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

จุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตที่เรียบง่าย โดยไม่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น อีกทั้งยังเปิดโอกาสในนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่คิดค้นขึ้นจากการนำสิ่งเดิมที่คนในชุมชนใช้ในชีวิตประจำวันมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของคนน่านอย่างแท้จริง โดยการกำหนดให้น่านเมืองเป็นเก่าที่มีชีวิต ในขณะเดียวกันความเข้มแข็งของคนในชุมชนยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน

5.1.4.2 จุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

จุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน เกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลโดยตรงต่อปริมาณขยะที่มากขึ้น นำไปสู่สิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม รวมถึงรูปแบบการกำจัดขยะในจังหวัดน่านยังเป็นการฝังกลบ ซึ่งวิธีนี้อาจจะไม่เพียงพอต่อการรับมือกับขยะที่เพิ่มขึ้นในอนาคต ปัญหาเรื่องการกำจัดขยะในจังหวัดน่านจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการแก้ไข อย่างไรก็ตามมีบุคคลบางกลุ่มในจังหวัดน่าน ที่หันมาใส่ใจเรื่องการกำจัดขยะในชุมชน โดยการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง การเลิกใช้วัสดุที่ทำจากโฟมหรือพลาสติก รวมถึงการนำขยะไปรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่

5.1.4.3 ผลตอบรับในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

ผลตอบรับในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดน่านมากขึ้น เนื่องจากมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมกับคน

ในชุมชนได้อย่างเต็มที่ ซึ่งก่อให้เกิดความรู้ ตลอดจนการอนุรักษ์ไว้ซึ่งประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนน่าน นอกจากนี้จังหวัดน่านยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย อีกทั้งอุปนิสัยของคนน่านที่มีน้ำใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยว จากที่กล่าวมาจึงเป็นเหตุผลให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่เคยมาจังหวัดน่านแล้วเกิดความประทับใจจึงเกิดการมาซ้ำ การขยายวันพัก รวมถึงยังแนะนำให้คนรู้จักและบุคคลอื่นๆ เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดน่านอีกด้วย

จากผลการวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล และจัดทำเป็นตารางเพื่อสรุปกระบวนสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปกระบวนสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

หัวข้อ	หน่วยงานภาครัฐ	ภาคธุรกิจ	กลุ่มชุมชน
1. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ผู้ริเริ่ม)	- ภาครัฐบาลสร้างเครือข่ายกับกลุ่มชุมชนและภาคธุรกิจ โดยยึดหลัก Co-creation (การร่วมกันคิด วางแผน ปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และรับประโยชน์) (หน่วยงานภาครัฐบาล)	- รูปแบบเชิงพาณิชย์ที่มุ่งเน้นผลกำไร - รูปแบบการสร้างเครือข่ายร่วมกับหน่วยงานภาครัฐบาลและกลุ่มชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (หน่วยงานภาครัฐบาล)	- กลุ่มชุมชนเป็นผู้สร้างเครือข่ายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - หน่วยงานภาครัฐบาลและภาคธุรกิจเป็นผู้สนับสนุนในด้านต่างๆ (กลุ่มชุมชน)
2. ระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	- ภาครัฐบาลนำแผนการท่องเที่ยวระดับประเทศมาปรับประยุกต์ในการสร้างแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน	- การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งและผู้ผลิต โดยการรับและส่งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐมาปฏิบัติ และมีหน้าที่เป็นผู้ส่งสารให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว	- การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายโดยการเข้าไปเป็นคณะกรรมการขับเคลื่อนของหน่วยงานภาครัฐ และมีหน้าที่เป็นผู้ส่งสารให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

หัวข้อ	หน่วยงานภาครัฐ	ภาคธุรกิจ	กลุ่มชุมชน
3. รูปแบบการสื่อสารจำแนกตามทิศทางการสื่อสาร	- การสื่อสารแบบสองทางซึ่งจะใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก โดยการลงพื้นที่เพื่อไปสื่อสารกับภาคธุรกิจและกลุ่มชาวบ้าน ด้วยการจัดประชุม และการประชาคม	- การสื่อสารแบบสองทางโดยใช้สื่อบุคคลผ่านขั้นตอนการอบรมร่วมกันและการจัดประชุม - การจัดตั้งกลุ่มตัวแทนของภาคธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการ	- การสื่อสารแบบสองทางโดยใช้การอบรม และการประชุมเพื่อหารือกับหน่วยงานภาครัฐ ชาวบ้าน รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง
4. รูปแบบการสื่อสารจำแนกตามการไหลของข่าวสาร	- แบบแนวนอน โดยใช้การขับเคลื่อนภาคชุมชน ด้วยการประชุมเพื่อสร้างแนวร่วมกับหัวหน้าชุมชนต่างๆ นำไปสู่การถ่ายทอดไปยังกลุ่มชุนชน - แบบแนวนอน โดยใช้การขับเคลื่อนภาคธุรกิจ ด้วยการประชุมเพื่อสร้างแนวร่วมกับเจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่ในจังหวัด	- แบบแนวนอน ด้วยการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสรรสรรค์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานในภาคธุรกิจ	- แบบแนวนอน ด้วยการถ่ายทอดแบบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหัวหน้าชุมชนไปยังชาวบ้าน
5. การใช้สื่อ	สื่อบุคคล แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้าย วิดิทัศน์ หนังสือแจก วิทยุ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์	โฆษณาทางวารสาร สื่อ-สังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์	แผ่นพับ โปสเตอร์ บอร์ดให้ความรู้ หอกระจายข่าว วิทยุ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์
6. จุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- ความเข้มแข็งของคนในชุมชน - วิถีชีวิตดั้งเดิมที่เรียบง่ายของคนน่าน -เอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน	- การอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมที่เรียบง่ายของคนน่าน - การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ	- การอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมที่เรียบง่ายของคนน่าน - ความเข้มแข็งของคนในชุมชน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

หัวข้อ	หน่วยงานภาครัฐ	ภาคธุรกิจ	กลุ่มชุมชน
7. จุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการจัดการปริมาณขยะ - คนต่างถิ่นเข้ามาทำธุรกิจในจังหวัดน่าน แทนที่ประชาชนในพื้นที่	- จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการจัดการปริมาณขยะ - หน่วยงานรัฐบาลหวังผลประโยชน์จากภาคธุรกิจ และขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนกิจกรรม	- จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการจัดการปริมาณขยะ - ป้ายบอกทางสำหรับชุมชนยังไม่เพียงพอ
7. ผลตอบรับในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านอย่างต่อเนื่อง	- การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านอย่างต่อเนื่อง	- การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านอย่างต่อเนื่อง

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านมีลักษณะเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน (Community Network Model) โดยเริ่มต้นจากกระบวนการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่ต้องการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยการบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของคนในชุมชนผ่านทางรูปแบบของการจัดกิจกรรม จากนั้นก็แบ่งหน้าที่กันในการดูแลด้านการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับ Raymond (2007) ที่อธิบายถึงแนวทางการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชนไว้ว่า ควรมีการส่งเสริมให้มีการตั้งกลุ่มของวิทยากรเพื่อนำไปสู่การสร้างเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้วิทยากรจัดกิจกรรมการเฉลิมฉลองหรือประเพณีท้องถิ่นต่างๆ เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเชิงปฏิบัติการของวิทยากรได้

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านเกิดขึ้นจากการกระบวนการคิดร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

ให้เป็นรูปธรรม ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐจะลงพื้นที่เพื่อไปสื่อสารกับชาวบ้านโดยตรง เพื่อจะได้พัฒนาได้ตรงจุด ในขณะเดียวกันก็จัดกิจกรรมพาคนในชุมชนไปศึกษาดูงานตามจังหวัดอื่นๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนของตนเอง เช่นเดียวกับ Raymond (2007) ที่อธิบายไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบของเครือข่ายชุมชน จะต้องกระตุ้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เช่นสื่อท้องถิ่น นักธุรกิจ หรือผู้มีความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ รวมทั้งธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนเข้าร่วมโครงการ และร่วมกันคิดที่จะนำเสนอประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐยังมีหน้าสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน อาทิเช่น การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนบ้านพระเกิด ซึ่ง Raymond (2007) ได้กล่าวไว้ว่า การเริ่มต้นของเครือข่ายอาจจะต้องใช้เงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน จึงจำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนที่จะจัดทำงบประมาณดำเนินการมาให้ ซึ่งอาจจะมาจากองค์กรส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่ต้องการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนนั้นๆ

สำหรับลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดน่านจะยึดวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชนเป็นหลัก ในขณะเดียวกันอาจจะมีการเพิ่มรายละเอียดในกิจกรรมให้มากขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม โดยคนในชุมชนจะมองว่านักท่องเที่ยวเปรียบเสมือนญาติ การต้อนรับและการเอาใจใส่จึงออกมาจากความรู้สึกที่แท้จริง จึงทำนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมควบคู่ไปกับการคำนึงถึงผลประโยชน์ของคนในชุมชน ซึ่งรูปแบบของกิจกรรมดังกล่าวจะเกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจ และความคิดสร้างสรรค์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านให้เกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับ Raymond (2007) ได้อธิบายถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เหมาะกับชุมชนที่ต้องการจะพัฒนาภาพลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชน โดยนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบนี้จะเกิดจากแรงบันดาลใจของคนในชุมชน โดยมีแนวทางคือลดการใช้คำว่าการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เพราะคนทั่วไปมักจะมองว่าการท่องเที่ยวคือการแสวงหาผลกำไร จึงทำให้การแสวงหาเงินทุนอาจทำได้ยาก จึงควรเน้นการส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้มาเยือนมากกว่าประเด็นการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากที่กล่าวมาในข้างต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์ (2553) ศึกษาเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยว

เชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำยามเย็นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตชุมชน ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวบ้านสวนเดิมที่มีการผลิตสินค้าในภาคเกษตรเป็นหลักปรับเปลี่ยนไปสู่ธุรกิจที่ตอบสนองการท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งยังมีนายทุนมาเข้าครอบครองและใช้พื้นที่ ทำให้คนในชุมชนไม่สามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้สูงสุด ทำให้ชุมชนอัมพวาให้ความสนใจกับปัญหาที่มีผลมาจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพยายามจะแก้ไขปัญหากันอย่างเต็มที่ แต่การดำเนินงานจะสำเร็จไปด้วยดีนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชน ภาครัฐ รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้ชุมชนได้แสดงศักยภาพด้านศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเติบโตไปพร้อมกันเศรษฐกิจชุมชน โดยที่ชุมชนยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของชุมชนไว้ได้อย่างยั่งยืน เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง การรวมกลุ่มของชุมชนนักปฏิบัติเพื่อการสร้างรูปแบบทางการตลาดที่ยั่งยืนผ่านทฤษฎีกิจกรรม : กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา พบว่ารูปแบบการตลาดยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา คือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจากการนำสิ่งที่มีคุณค่าในท้องถิ่นสร้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนตามวิถีชีวิตประจำวันโดยสร้างความแตกต่างให้เปิดเป็นตลาดน้ำยามเย็นในวันศุกร์ถึงวันอาทิตย์เท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน และเกิดเศรษฐกิจที่ดีโดยการคำนึงถึงสังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ชุมชนนักปฏิบัติของตลาดน้ำอัมพวามีการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการเพื่อแบ่งปันความรู้ในการสร้างตลาดน้ำอัมพวา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจากการใช้ชีวิตประจำวันที่ปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบันเพื่อพัฒนาตลาดให้เกิดความยั่งยืน (ปรียาภรณ์ เนียมนก และวศิน เหลี่ยมปรีชา, 2555)

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านมีรูปแบบเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชน โดยการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้รูปแบบของการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากการร่วมกันคิดและการแสดงความคิดเห็นของหน่วยงานทุกภาคส่วน อย่างไรก็ตามการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านจะต้องคำนึงถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมและผลประโยชน์ของคนในชุมชนเป็นอันแรก อันจะเป็นการก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน

5.2.2 ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ได้แบ่งระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ 3 ระดับ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารและผู้ใช้สาร 2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง ผู้ผลิต และผู้ร่วมผลิต 3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ซึ่งการมีส่วนร่วมในการจัดการ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านพบใน 2 ระดับ คือการมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย และการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งและผู้ผลิต

ส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย เป็นกระบวนการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชน โดยหน่วยงานภาครัฐจะมีหน้าที่นำนโยบายการท่องเที่ยวจากศูนย์กลางมาปรับประยุกต์ในการจัดทำยุทธศาสตร์และวางแผนด้านการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดน่าน ในขณะเดียวกันภาคธุรกิจและกลุ่มชุมชนก็มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการเป็นคณะกรรมการขับเคลื่อนขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) จึงทำให้สามารถวางแผนหรือกำหนดนโยบายต่างๆ ได้เช่นกัน นอกจากนี้กลุ่มชุมชนยังมีส่วนร่วมโดยการวางแผนพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในเมืองให้ไหลออกไปสู่ชุมชนมากขึ้น กระบวนการทำงานในจังหวัดน่านจะเน้นการสื่อสารกับคนในชุมชนโดยยึดหลัก Co-Creation ประกอบไปด้วยการร่วมกันคิด ร่วมวางแผน ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบและร่วมรับประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับภาณุพงศ์ ภูโต (2551) ที่กล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย หมายถึงการวางแผนและนโยบายการใช้สื่อเพื่อนำชุมชนเข้ามาอยู่ในโครงสร้างการสื่อสารของชุมชน นอกจากนี้กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2543) ยังอธิบายเพิ่มเติมจากประเด็นข้างต้นไว้ว่า การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายถือเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม เช่น การทำวิทยุชุมชนที่ในโครงสร้างการดำเนินงานจะมีตัวแทนชาวบ้านเข้าไปอยู่ในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นระดับคณะกรรมการบริหารวิทยุ ทั้งระดับการผลิต กล่าวคือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน ชุมชนเองก็ต้องรับผิดชอบการทำงานของสื่อ ส่วนสื่อนั้นก็ต้องตอบสนองความต้องการของชุมชน อย่างไรก็ตามยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลนาไร่หลวง อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน ที่พบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตำบลนาไร่หลวง มีการวางแผนในการแก้ไขปัญหาในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน เนื่องจากประชาชนเป็นผู้ที่รู้ถึงปัญหาของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่ทุกๆ คนในชุมชนต้องให้ความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกกลุ่ม เพื่อร่วมวางแผนและแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน เมื่อเกิดความคิดที่หลากหลายก็สามารถนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนและต่อเนื่อง (มาลินี หาญยุทธ, 2551)

อย่างไรก็ตามมีเพียงส่วนน้อยที่มีส่วนร่วมในระดับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งและผู้ผลิต ซึ่งการมีส่วนร่วมในระดับนี้ภาคธุรกิจและคนในชุมชนจะไม่ได้แสดงความคิดเห็นในการวางแผนด้านการท่องเที่ยวโดยตรง แต่มีหน้าที่นำนโยบายดังกล่าวมาปฏิบัติ และประสานงานกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ยังเป็นผู้ส่งสารให้แก่นักท่องเที่ยว คนในชุมชน รวมถึงแจ้งข่าวสารกลับไปยังหน่วยงานภาครัฐอีกด้วย สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ที่กล่าวถึงระดับการมีส่วนร่วมในระดับนี้ว่าเป็นการยกระดับการมีส่วนร่วมที่สูงกว่าการเป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว ชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไม่ว่าจะเป็นกระบวนการคิด การวางแผน หรือให้ชาวบ้านเป็นคนเลือกประเด็นที่จะนำเสนอ เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในรายการร่วมมือร่วมใจ (เสาวนีย์ ชินะกุล, 2550) พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในรายการร่วมมือร่วมใจอยู่ในระดับผู้ชมรายการและผู้ร่วมผลิตรายการเท่านั้น ไม่พบการมีส่วนร่วมในระดับการวางแผนและการบริหารจัดการ โดยพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนในรายการร่วมมือร่วมใจนั้น ประกอบด้วยการแสดงความคิดเห็น ขอให้รายการช่วยเหลือปัญหา รวมถึงการเป็นแขกรับเชิญและการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชนในจังหวัดน่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูงสุด คือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ซึ่งการมีส่วนร่วมในระดับนี้จะทำให้ตัวแทนจากภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชน ตลอดจนหน่วยงานทุกภาคส่วนเข้าไปมีส่วนร่วมโดยการแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เพื่อดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.2.3 รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านสามารถจำแนกตามทิศทางการสื่อสารเป็นแบบสองทาง (Two-Way Communication) เนื่องจากการสื่อสารในจังหวัดน่านจะนิยมใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการตอบโต้จากคนในชุมชน โดยจากการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านการจัดประชุมและโครงการอบรม อีกทั้งยังมีการรวบรวมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและนำเสนอข้อมูลควบคู่ไปกับสื่อที่หลากหลาย อาทิ แผ่นพับ โปสเตอร์ ตลอดจนการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น โปรแกรมสนทนาไลน์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจนมากขึ้น สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ที่อธิบายถึงคุณลักษณะของการสื่อสารแบบสองทางไว้ว่า การสื่อสาร

แบบสองทางเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารแล้วมีการโต้ตอบ กล่าวคือมีการส่งข้อมูลข่าวสารกลับมายังผู้ส่งสาร โดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร จึงก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยต่างๆ อีกทั้งยังมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน จนทำให้เกิดความเข้าใจกันมากขึ้น ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับหลักการสำคัญของการมีส่วนร่วมในเรื่องของการปรึกษาหารือ ที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ในทิศทางแบบแนวระนาบ (Horizontal Communication) กล่าวคือเป็นกระบวนการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มุมมอง และทัศนะต่างๆ อย่างสมดุล อย่างไรก็ตามการดำเนินการดังกล่าวต้องอยู่บนพื้นฐานการเคารพความคิดของทุกฝ่าย (Freire อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549) ในขณะเดียวกันยังเชื่อมโยงกับงานวิจัยของบุษบา หินเธาว์ (2553) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีป่าชุมชน ตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์” พบว่า การปรึกษาหารือเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นกลไกสำคัญในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการจัดการป่าชุมชนในทิศทางที่พึงประสงค์ โดยการปรึกษาหารือที่พบในวิจัยชิ้นนี้เน้นการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันทุกระดับตั้งแต่การพูดคุยซึ่งไม่เป็นทางการไปจนถึงการจัดประชุม อีกทั้งรูปแบบการสื่อสารด้วยปรึกษาหารือได้แทรกอยู่ในทุกระยะของการจัดการป่าชุมชน โดยเริ่มต้นในรูปแบบของการล้อมวงที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ ความสำเร็จของการจัดการป่าชุมชนนั้นขึ้นอยู่กับการพัฒนาคน ให้เกิดการเรียนรู้วางแผนการดำเนินงานและเกิดความร่วมมือร่วมใจในการดูแลรักษาป่าชุมชน ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่ผู้นำชุมชนให้ความสำคัญกับตน โดยจัดกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วม เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนโดยผ่านรายการวิทยุชุมชน สถานีวิทยุชุมชน อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนได้สร้างลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง เนื่องจากรายการวิทยุชุมชนสามารถเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาในชุมชนได้ และวิทยุเป็นเวทีที่ทำให้เกิดการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายของคนทุกเพศทุกวัย และเมื่อวิทยุได้นำเสนอข่าวสารหรือแจ้งข้อมูลให้กับประชาชนได้รับทราบได้อย่างทั่วถึงแล้ว ประชาชนจะเกิดความรู้ความเข้าใจที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ (สุนีย์ หนูสง, 2549)

อย่างไรก็ตามรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ยังสามารถจำแนกตามการไหลของข่าวสารเป็นแบบแนวนอน (Horizontal Communication) ซึ่งการดำเนินงานด้านการ

ท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในขั้นแรกหน่วยงานภาครัฐขับเคลื่อนภาคชุมชนด้วยการประชุมเพื่อสร้างแนวร่วมกับหัวหน้าชุมชนต่างๆ เพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดไปยังชุมชน รวมถึงการจัดกิจกรรมพาชาวบ้านและผู้ประกอบการไปดูแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแรงผลักดันให้คนในชุมชนเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง ในขณะเดียวกันรูปแบบการสื่อสารของภาคธุรกิจมีลักษณะเป็นแนวนอนเช่นกัน เนื่องจากเป็นการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผู้ปฏิบัติงานในภาคธุรกิจอื่นๆ สำหรับกลุ่มชุมชนมีการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดแบบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหัวหน้าชุมชนไปยังชาวบ้าน ทำให้การดำเนินการในการสร้างการท่องเที่ยวในชุมชนจึงเป็นการปฏิบัติของบุคคลภายในกลุ่ม อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และตัวแทนจากกลุ่มชุมชนจะต้องมีการประชุมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) อย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ โดยลักษณะการสื่อสารจะสามารถตอบโต้กันได้อย่างอิสระ มีความเป็นกันเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับคุณลักษณะของการสื่อสารตามแนวนอน โดยกาญจนา แก้วเทพ (2543) ที่อธิบายไว้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะมีลักษณะเป็นแบบแนวนอน เพื่อให้คนชุมชนสามารถส่งข่าวสารไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีส่วนสำคัญในการแก้ปัญหา ตลอดจนสามารถจัดการประชุมร่วมกันเองได้ ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบนี้มักก่อให้เกิดความสัมพันธ์และเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ รวมทั้งยังทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมอีกด้วย ในขณะเดียวกันยังเชื่อมโยงกับหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงชุมชนท้องถิ่น ควรมีการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการวางแผนแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อก่อให้เกิดการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม อีกทั้งควรให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว (โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่ม 27, 2550 อ้างถึงใน วิยะดา เสรีวิชยสวัสดิ์, 2544) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : โครงการตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี ของปิ่นปินัทธ์ สัทธรรมนุวงศ์ (2557) ที่พบว่าการสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ 1) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในเครือข่าย ได้แก่เทศบาลตำบลอ่างศิลา มีนโยบายให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การคิด การวางแผน โดยเชิญทุกๆ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาประชุมปรึกษากันก่อน ก่อนที่จะเปิดการท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรม ในการประชุมแบบมีส่วนร่วมจะต้องมีการประชุมอย่างน้อย 3 ครั้ง คือขั้นเตรียมการ ตามงาน และก่อนจะจัดงาน

2) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปแบบของกิจกรรม ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ และสามารถนำการประเมินของนักท่องเที่ยวมาพัฒนาการท่องเที่ยวได้

5.2.4 จุดแข็ง และจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

จุดแข็งของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือการนำวิถีชีวิตที่ดั้งเดิมของคนในท้องถิ่นไปเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยการให้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมที่แท้จริงผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่ถูกคิดค้นขึ้นจากการนำสิ่งเดิมที่คนในชุมชนใช้ในชีวิตประจำวันมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Wurzburger, 2010 อ้างถึงใน Richards & Raymond, 2000) ในขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสงกรานต์ เขื่อนธนะ (2556) ศึกษาเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว้า จังหวัดน่าน พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว้า จังหวัดน่าน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในพื้นที่เชิงนิเวศธรรมชาติเป็นอย่างมาก ในส่วนของกิจกรรมก็สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกคนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว และมีความรับผิดชอบในการร่วมรักษา

สำหรับจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน คือปัญหาขยะที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว อันมีสาเหตุมาจากการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้ส่งผลกระทบโดยตรงทางด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งรูปแบบการกำจัดขยะในจังหวัดน่านยังเป็นการฝังกลบ ซึ่งวิธีดังกล่าวอาจจะยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก อีกทั้งไม่เพียงพอต่อการจัดการขยะที่เกิดขึ้นในอนาคต จากที่กล่าวมาทำให้ปัญหาการกำจัดขยะในจังหวัดน่านเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องเร่งดำเนินการแก้ไข อย่างไรก็ตามยังมีบุคคลบางกลุ่มที่หันมาใส่ใจเรื่องการกำจัดขยะในชุมชนมากขึ้น โดยเริ่มจากลดการใช้โฟมหรือ พลาสติกในการบริการด้านต่างๆ อีกทั้งยังหันมาใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ตระกร้าสานแทนการใช้ถุงพลาสติก และการใช้จานกระดาษหรือใบตองแทนกล่องโฟม ในขณะเดียวกันคนในชุมชนก็มีการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง เพื่อให้

หน่วยงานที่ดูแลด้านการกำจัดขยะสามารถทำงานได้ง่ายขึ้น สำหรับขยะบางชิ้นได้นำมารีไซเคิลเพื่อกลับมาใช้ใหม่ ตลอดจนการสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่นเดียวกับรายงานผลการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการขยะและเทคโนโลยีที่เหมาะสมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่พบว่า รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอย มีการคัดแยกประเภทขยะมูลฝอย รวมถึงมีการเก็บและขนขยะทุก 2 วัน ซึ่งวิธีการสร้างเครือข่ายคัดแยกขยะจะใช้วิธีการบอกปากต่อปาก การพัฒนาการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการสร้างเครือข่ายการคัดแยกขยะอย่างสม่ำเสมอ มีหน้าที่ในการให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการขยะชุมชน รณรงค์ให้คนในชุมชนแยกขยะจนเป็นนิสัย เปิดโอกาสทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอย คือการแยกขยะ ขวดน้ำพลาสติก และกระดาษทุกชนิด สำหรับการเลือกใช้เทคโนโลยีในการจัดการขยะมูลฝอย มีการใช้เครื่องสับย่อยสลายขยะเปียกและขยะแห้ง (อัจฉรา อัศวรุจิกุลชัย และคณะ, ม.ป.ป.) นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับงานวิจัยของ จันทร์เพ็ญ มีนคร (2554) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนตำบลบางนางลี่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าในภาพรวมระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการจัดการขยะ อยู่ในระดับปานกลาง คือการนำถุงผ้าหรือภาชนะอื่นไปตลาดเพื่อใส่ของแทนการใส่ถุงพลาสติก แต่ไม่มีมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมหรือโครงการ

จากที่กล่าวมาทำให้ผลตอบรับในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นไปในทิศทางที่ดี กล่าวคือนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีจำนวนมากขึ้น ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากจังหวัดน่านมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมกับคนในชุมชนโดยยึดรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตดั้งเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ และเกิดความประทับใจ ตลอดจนบุคลิกของคนน่านจะยิ้มแย้มแจ่มใสในการต้อนรับ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการมาซ้ำ ขยายวันพัก และการแนะนำให้คนอื่นๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนเพื่อให้คงดำรงวิถีชีวิตไว้ได้อย่างยั่งยืน กิจกรรมต่างๆ ที่นำเสนอนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องมีความกลมกลืนและเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม และวิถีชีวิตของชุมชน โดยจัดในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเรียนรู้และได้ประสบการณ์เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน ในขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราพร อุนสุวรรณ (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนสถานที่พักแรมในรูปแบบโฮมสเตย์ บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการโฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำ

อัมพวาคือได้ใกล้ชิดและสัมผัสธรรมชาติ เนื่องจากโฮมสเตย์มีจุดเด่นที่น่าสนใจได้แก่ มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีการบริการที่เป็นกันเองของเจ้าของบ้านพัก และมีกิจกรรมนำเที่ยวที่น่าสนใจ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน จะเน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่อยู่บนพื้นฐานรูปแบบการดำเนินชีวิตดั้งเดิมอันเรียบง่าย อีกทั้งยังรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่ทรงคุณค่า ในขณะเดียวกันยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่คิดค้นขึ้นจากคนในชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเกิดการมาซ้ำ รวมถึงการแนะนำน่านให้เป็นที่รู้จักต่อไป จากที่กล่าวมาเป็นเหตุผลให้นักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลรูปแบบการกำจัดขยะในปัจจุบันอาจจะไม่เพียงต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต การกำจัดขยะในจังหวัดน่านจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการแก้ไขควบคู่ไปกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

5.3 โมเดลการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

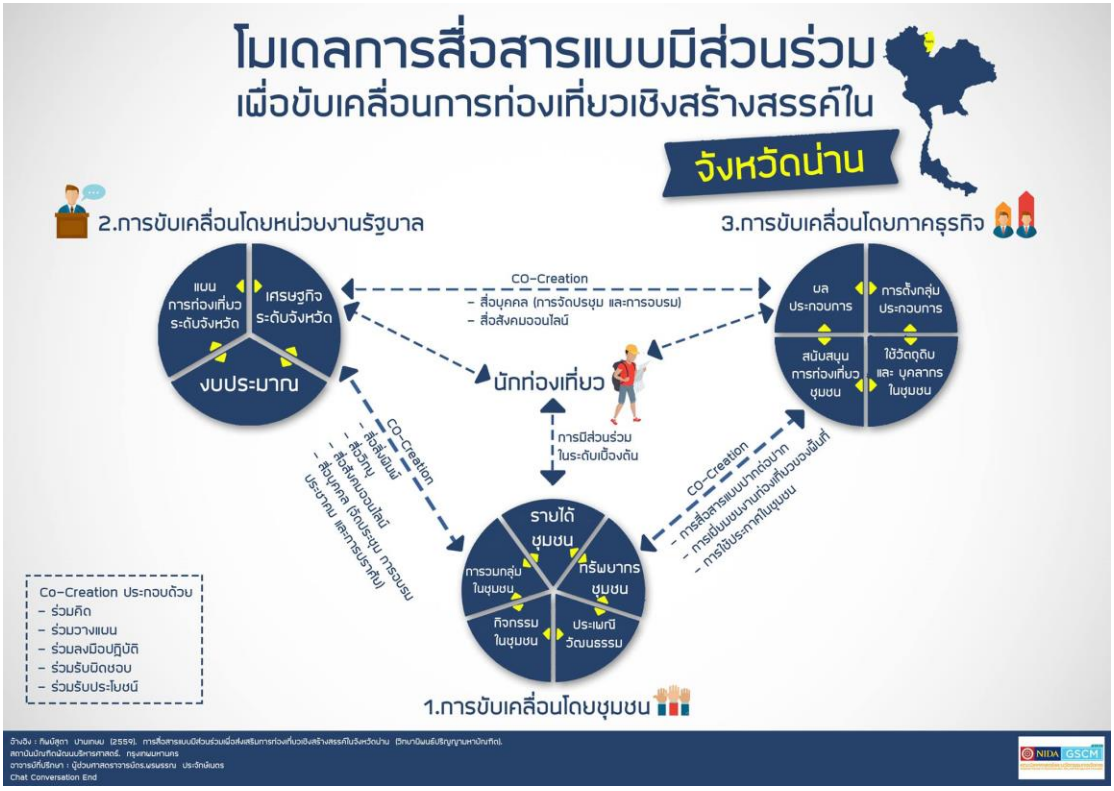
จากผลการวิจัยทั้งหมด ผู้วิจัยสร้างโมเดลรูปแบบการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแสดงให้เห็นวิธีการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน โดยมีการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชน ที่ยึดหลักกระบวนการทำงานคือ Co-Creation ซึ่งจะประกอบไปด้วย การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับประโยชน์ เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านให้เป็นรูปธรรมและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยโมเดลประกอบด้วยการขับเคลื่อนจาก 3 ภาคส่วน โดยเริ่มจากภาคชุมชน และการสนับสนุนโดยรัฐบาล ร่วมกับภาคธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยลำดับขั้นดังนี้

1) กลุ่มชุมชนขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการนำทรัพยากรของชุมชน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดน่าน มาสร้างเป็นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งท้ายที่สุดจะก่อให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวสู่คนในชุมชน ทั้งนี้กลุ่มชุมชนและหน่วยงานภาครัฐจะใช้การสื่อสารผ่านทางการประชุม การอบรม การประชาคม และการปราศรัย เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนแสดงความคิดเห็น ควบคู่ไปกับการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างความรู้ และความเข้าใจที่ความชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

2) หน่วยงานภาครัฐขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการนำแผนการท่องเที่ยวระดับประเทศมาปรับประยุกต์ให้เป็นแผนการท่องเที่ยวระดับจังหวัดเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของจังหวัด รวมถึงการสนับสนุนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวให้แก่ภาคธุรกิจและกลุ่มชุมชนเพื่อใช้การท่องเที่ยวเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับจังหวัด หน่วยงานภาครัฐจึงจำเป็นต้องสื่อสารกับกลุ่มชุมชนและภาคธุรกิจเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยการจัดประชุม และการอบรม ควบคู่ไปกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

3) ภาคธุรกิจขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านการจัดตั้งกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการของผู้ประกอบการ ที่เลือกใช้วัตถุดิบและทรัพยากรบุคคลจากชุมชนในพื้นที่จังหวัดน่าน ตลอดจนการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ในขณะเดียวกันก็ได้รับผลประกอบการที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย สำหรับการสื่อสารระหว่างภาคธุรกิจและกลุ่มชุมชนจะใช้การสื่อสารแบบปากต่อปาก รวมถึงการลงพื้นที่โดยการเยี่ยมชมงานท่องเที่ยวในชุมชน เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่เข้าใจง่ายและก่อให้เกิดความรวดเร็ว ทั้งนี้การใช้ป้ายประกาศในชุมชนยังเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ภาคธุรกิจนำมาใช้กับคนในชุมชน รูปแบบการสื่อสารที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ภาคธุรกิจได้สื่อสารกับชาวบ้านโดยตรงและก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอันจะนำไปสู่การทำงานร่วมกัน

4) จากโมเดลจะเห็นได้ว่าจุดศูนย์กลางคือ นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดน่านเกิดจากการมีส่วนร่วมของภาคชุมชน รัฐบาล และธุรกิจ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในระดับพื้นฐานที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในระดับของการเข้าร่วมกิจกรรม ที่ก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนและภาคธุรกิจอันจะนำไปสู่การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับจังหวัดซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เริ่มจากชาวชุมชน รัฐบาลและธุรกิจที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ มนุษย์และวัฒนธรรมเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ผู้วิจัยจัดทำโมเดลต้นแบบด้านล่างที่จังหวัดอื่นๆ สามารถไปปรับใช้ให้เหมาะกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของตนเอง



ภาพที่ 5.1 โมเดลการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

1) ควรมีระบบการจัดการขยะที่ดีกว่าการฝังกลบ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี พื้นที่สำหรับการฝังกลบอาจจะไม่เพียงพอ

2) ควรมีการรักษาประเพณีและวัฒนธรรมที่สร้างคุณค่าและมีชื่อเสียง อาทิเช่น การทำตุงก้าคิง ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่เสริมสร้างความเข้มแข็งการท่องเที่ยว โดยการปลูกฝังค่านิยมหรือสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีดังกล่าวให้กับเยาวชนที่อยู่ในพื้นที่

3) ควรมีการรณรงค์ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณีในแต่ละจังหวัดให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบจากจังหวัดอื่น

5.4.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดอื่น ๆ

ผู้วิจัยได้จัดทำโมเดลต้นแบบการมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับจังหวัด เพื่อเป็นโมเดลให้จังหวัดอื่นนำไปปรับใช้ตามบริบททางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของตนเอง นอกจากนี้ผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติมดังนี้

1) ควรจะต้องมีการร่วมมือกันในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือชุมชน รวมทั้งควรเปิดโอกาสให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในทุกกลุ่ม ทั้งนี้ควรเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน

2) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรคำนึงถึง 3 มิติคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในด้านเศรษฐกิจคือต้องมีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงให้แก่คนทุกกลุ่ม ทางด้านสังคมคือการอนุรักษ์วิถีเดิมของจังหวัดตนเอง ทั้งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณี โดยเน้นว่า นักท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับวิถีชีวิตเดิมๆ ของชุมชน ในขณะที่วิถีเดิมของชุมชนเองก็จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และในด้านสิ่งแวดล้อม ควรมีการบริหารจัดการขยะที่มีคุณภาพ ลดการใช้ถุงพลาสติก เน้นการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง รวมถึงการนำขยะไปรีไซเคิลเพื่อเอากลับมาใช้ใหม่

3) การคิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลักกล่าวคือนักท่องเที่ยวจะได้ความสนุกสนานและได้ความรู้ กิจกรรมดังกล่าวควรจะสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนด้วย เช่น การดำนา นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิต แต่ชาวบ้านก็สามารถลดต้นทุนการจ้างแรงงาน เป็นต้น

5.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1) งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และกลุ่มชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านเท่านั้น ทั้งนี้ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้ข้อสรุปที่มีประโยชน์มากขึ้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน

2) ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบจากปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งควรทำการวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่มาจากความคิดเห็นของทุกภาคส่วน

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว ธันวาคม 2557. สืบค้นจาก http://www.tourism.go.th/

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวกันยายน 2558. สืบค้นจาก http://www.tourism.go.th/

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.). นโยบายการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=5953

กระปุกดอทคอม. (ม.ป.ป.). น่าน...เมืองในหุบเขา. สืบค้นจาก http://travel.kapook.com//view7171.html

กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร. (2558). “กอบกาญจน์” เผยยอดนักท่องเที่ยวไทยเทศเพิ่ม รายได้พุ่ง รณรงค์ศุกร์แต่งชุดไทย. *ASTV ผู้จัดการออนไลน์.* สืบค้นจากhttp://www.manager.co.th/Politics/ViewNews.aspx?NewsID=9580000052685

กันตภณ แก้วสง่า. (2556). *การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *การสื่อสารเพื่อชุมชน : แนวคิดเบื้องต้น.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้.* กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในงานสุขภาพ : มุมมองของนักนิเทศศาสตร์.* เอกสารประกอบการประชุมเรื่องการสื่อสารเพื่อสุขภาพ. โครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพ. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *เรื่องสื่อสาร – การท่องเที่ยว.* โครงการเมธีวิจัยอาวุโสฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สำนักงานแพร่. (2555). *น่าน.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

กุสุมา ภูเสตว์. (2553). *การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

จันทร์เพ็ญ มีนคร. (2554). *การมีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนตำบลบางลี่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม* (รายงานการวิจัย). คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

จันทรานี สงวนงาม. (2545). *ทฤษฎีและแนวคิดในการบริหารสถานศึกษา*. กรุงเทพฯ: บุ๊คพอยท์.

จิตราพร อุนสุวรรณ. (2552). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนสถานที่พักแรมในรูปแบบโฮมสเตย์ บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม* (รายงานการวิจัย). คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉวีวรรณ พงศ์มาศ. (2549). *ศักยภาพของรายการวิทยุเพื่อชุมชนในการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : รายการวิทยุเพื่อชุมชน "ใต้ฟ้าสีคราม"ของสถานีวิทยุกระจายเสียแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.

ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์. (2553). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ชลลดา กิจรื่นภิรมย์สุข. (2548). *การศึกษาสถานะขององค์ความรู้ ด้านการสื่อสารและการมีส่วนร่วมในวิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการของไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

เณริศา ชัยศุภมงคลลาภ. (2552). *รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ดวงพร คำนูณวัฒน์, วาสนา จันทร์สว่าง, และมณฑา โมพี้. (2545). *การพัฒนาหอกระจายข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของชุมชน* (รายงานการวิจัย). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ดวงพร คำนูญวัฒน์, วาสนา จันทรสว่าง, และมณฑา โมพี้. (2547). *การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารที่สนองตอบความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน* (รายงานการวิจัย). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ต้นเขียนดอทคอม. (ม.ป.ป.). เทศกาลงานประเพณี จังหวัดน่าน. สืบค้นจาก http://www.tonkeian.com

ตรี บุญเจือ, และกีรติ บุญเจือ. (2558). *คนพิการกับการเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อสารด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต : การศึกษาเชิงวิเคราะห์วิจักษ์และวิธาน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.

ธิติรัฐ ธรรมจง. (2553). *การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียณ จังหวัดราชบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

นาตยา ธนพลเกียรติ. (2547). *การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตร-ศาสตร์, กรุงเทพฯ.

นาฬิกอติภัค แสงสนิท. (2556). “อพท. ร่วมกับ มธ. ประกาศพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หวังท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพื่อชุมชนยั่งยืน”. สืบค้นจากhttp://www.dasta.or.th/creativetourism/th/523/113-ctnews/102-prnew1.html

นาฬิกอติภัค แสงสนิท. (2557). ที่นี่เมืองน่าน. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/teeneemuangnan/posts/796090823771607

เนวิเกเตอร์สาว. (2558). โฮมสเตย์น่าน : 7 โฮมสเตย์น่าน อยากจะพักอยู่น่าน น๊าน นาน. สืบค้นจาก http://www.chillpainai.com/scoop/5578/

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุษบา หินเธาว์. (2553). *รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีป่าชุมชน ตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

ปรียาภรณ์ เนียมนก และวศิน เหลี่ยมปรีชา. (2555). การรวมกลุ่มของชุมชนนักปฏิบัติเพื่อการสร้างรูปแบบทางการตลาดที่ยั่งยืนผ่านทฤษฎีกิจกรรม : กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7*(1), 29-38.

ปาริชาต สถาปิตานนท์. (2542). การสื่อสาร : กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21. *วารสารนิเทศศาสตร์, 17*(กรกฎาคม-กันยายน), 71-79.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์, ดวงพร คำนูณวัฒน์, หฤทัย ขัดนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน, และจำเริญ ใยชิด (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ปิ่นปินัทธ์ สัทธรรมนุวงศ์. (2557). *การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : โครงการตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี* (รายงานการวิจัย). คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ไปไหนดี ไกด์. (2558). ที่เที่ยวน่าน - 10 ที่เที่ยวเมืองต้องห้ามพลาด น่าน กระซิบรักเสมอดาว. สืบค้นจาก http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/001111/lang/th/

ฝากจิต ปาลินทร ลาภจิตร. (2557). หลักการและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร. สืบค้นจาก http://ag.kku.ac.th/Extension/images/136323/information_2_2556.pdf

พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ. (ม.ป.ป.). การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism). สืบค้นจาก http://www.cddubon.net/webapp/Fileskm/km341129072012163855.pdf

แพรวโพยม พัวเจริญ. (2554). *การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

ภานุพงศ์ ภูโต. (2551). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนเขาสมอคอน อ.ท่าวุ้ง ต.เขาสมอคอน จ.ลพบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.

มณฑา จันทมาศ, เยาวนิจ กิตติธรกุล, และผจงศิลป์ เพิงมาก. (2550). ผู้หญิงในกลุ่มพัฒนาชุมชนกับการจัดการสิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษาชุมชนตะโหมด ตำบลตะโหมด อำเภอตะโหมด จังหวัดพัทลุง. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 13*(4), 571-594.

มาลินี หาญยุทธ. (2551). *รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลนาไร่หลวง อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, อุตรดิตถ์.

รัตน์สุดา ทองเจิม. (2549). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เวียงกุมกาม* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

รายงานแสดงแผนการจัดสรรงบประมาณไปจังหวัด/ต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ 2558 จังหวัดน่าน. (2557). สืบค้นจาก http://www.bb.go.th/bb/07/province_bud58/01550000.xls

วิยะดา เสรีวิชยสวัสดิ์. (2544). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย.

ศิริชัย ชินะตังกูร. (2527). *รายงานการวิจัยการวิเคราะห์อัตราส่วนนักเรียนต่อครูของโรงเรียนประถมศึกษาที่เหมาะสม.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

สงกรานต์ เขื่อนธนะ. (2556). *การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว้า จังหวัดน่าน.* พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา

สลิลทิพย์ เชียงทอง. (2558). บทบาทขององค์กรชุมชนในการเสริมสร้างการเรียนรู้ประชาธิปไตยของสมาชิกชุมชน. *วารสารการบริหารท้องถิ่น, 8*(1), 52-60.

สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน. (2558). รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดน่าน. สืบค้นจาก http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/file%20Download/Report%20Analysis%20Province/รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดน่าน.pdf

สุชาดา แสงดวงดี, เยาวภา บัวเวช, และมาริษา สุจิตวนิช. (2557). รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนแนวคิดการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 18*(1), 185-198.

สุทิน สนองผัน. (2550). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในชุมชนชาวกะเหรี่ยง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

สุธรรม นันทมงคลชัย, อรุณศิริ เมฆพัฒน์, พิทยา จารุพูนผล, และโชคชัย หมั่นแสวงทรัพย์. (2546). *ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุในเขตชนบทจังหวัดนครสวรรค์* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.

สุนีย์ หนูสง. (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน โดยผ่านรายการวิทยุชุมชน สถานีวิทยุชุมชน อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพฯ.

เสาวนีย์ ชินะกุล. 2550. *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในรายการร่วมมือร่วมใจ.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (ม.ป.ป.). การท่องเที่ยวสร้างสรรค์คืออะไร. สืบค้นจาก http://www.creativetourism.com/c_main/about.html

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2556). การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism). สืบค้นจาก http://www.dasta.or.th/creativetourism/th/article/155-notice3.html

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2558). “งานวันเมืองเก่าน่าน” ความสำเร็จในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. สืบค้นจาก http://www.dasta.or.th/dastaarea6/th/component/k2/item/280-nan-living-old-city-event-2015

อัจฉรา อัศวรุจิกุลชัย และคณะ. (ม.ป.ป.). *การบริหารจัดการขยะและเทคโนโลยีที่เหมาะสมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษา อบต.ไร่ส้ม จ.เพชรบุรี.* โครงการพัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือเครือข่ายนักวิจัยสิ่งแวดล้อม ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.

อัศรินทร์ นนทิหทัย. (2551). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของเยาวชนเพื่อการพัฒนารายการโทรทัศน์ TK Teen* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

อาณัติ จักรแก้ว. (2545). *ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

อาทิตยาพร อรุณพิพัฒนพงศ์. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

Bordenave, J. D. (1994). Participative communication as a part of building the participative society. In S. A. White, K. S. Nair, & J. R. Ascroft (Eds.), *Participatory communication : Working for change and development* (pp. 35-48). New Delhi: Sage.

Davidson, R. (1955). *Tourism* (2nd ed.). Singapore: Longman.

Deetz, S. (1999). Participatory democracy as a normative foundation for communication studies. In T. Jacobson & J. Servaes (Eds.), *Theoretical approaches to participatory communication* (pp. 131-159). Cresskill, NY: Hampton Press.

Goeldner, C. R. (2000). *Tourism : Principle, practices, philosophies.* Singapore: John Wiley and Sons.

Grey-Felder, D. (2001). Forward. In A. G. Dagron (Ed), *Making wave : Stories of participatory communication for social change.* New York: The Rockefeller Foundation.

Jelincic, D. A. (2009). Splintering of tourism market: New appearing forms of cultural tourism as a consequence of changes in everyday lives. *Collegium Antropologicum, 33*(1), 259-266.

McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1986). *Tourism principle, pratices, philosophies* (5th ed.). New York: John Wiley and Sons.

Mighton, L. (2006). What is participatory communication?. Retrieved from http://lmighton.wordpress.com/2006/10/12/what-is-participatorycomunication/

Raymond, C. (2007). Creative tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism. In G. Richards & J. Wilson (Eds), *Tourism, creativity and development* (pp. 145-157). London: Routjedge.

Richards, G., & Munsters, W. (Eds.). (2010). *Cultural tourism research methods.* Wallingford, Oxfordshire, UK: Cambridge, Mass.

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

Servaes, J., Jacobson, T. L., & White, S. A. (1996). *Participatory communication for social change.* London: Sage.

Singhal, A. (2001). *Facilitating community participation through communication.* New York: UNICEF.

Storey, J. D., & Jacobson, T. L. (2004). Entertainment-education and participation : Applying Habermas to a population program in Nepal. In A. Singhal, M. J. Cody, E. M. Rogers, & M. Sabido (Eds.), *Entertainment-education and social change : History, research and practice.* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

White, R. (1994). Participatory development communication. In S. A. White, K. S.Nair, & J. Ascroft (Eds.), *Participatory communication : Working for change and development* (pp. 95-116). New Delhi: Sage.

White, S. (1994). Participative communication as a part of building the participatory sociery. In S. A. White, K. S. Nair, & J. Ascroft (Eds.), *Participatory communication : Working for change and development* (pp.15-32). New Delhi: Sage.

Wurzburger, R., Aageson, T., Pattakos, A., & Pratt, S. (Eds.). (2010). *Creative tourism: A global conversation-how to provide unique creative experiences for travelers worldwide.* New Mexico: Sunstone Press.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวทิพย์สุดา ปานเกษม
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยบูรพา ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2554