



การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี

KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR DEVELOPING CREATIVE TOURISM STORY AND ACTIVITIES IN CHAINAT, SINGBURI AND LOPBURI PROVINCES

จริยา สุพรรณ, นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย และ รัตนพล ชื่นคำ

Jariya Supun, Nuchnard Ratanasuwongchai, and Rattanaphon Chuenka

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: jariya.su@ku.th

Received November 7, 2022; Revised December 18, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อ 1) ศึกษาและสืบค้นข้อมูลความรู้เรื่องราวท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ชัยนาท จ.สิงห์บุรี และ จ.ลพบุรี 2) พัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน จ.ชัยนาท จ.สิงห์บุรี และ จ.ลพบุรี บนฐานการจัดการความรู้ และ 3) นำเสนอแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ชัยนาท จ.สิงห์บุรี และ จ.ลพบุรี เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และประชุมระดมสมอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกชนิดข้อมูลและวิเคราะห์เหตุการณ์แบบอิงทฤษฎี พื้นที่ศึกษาคือ ชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จ.ชัยนาท จ.สิงห์บุรี และ จ.ลพบุรี 14 แห่ง

ผลการวิจัย พบว่า พื้นที่ทั้ง 14 แห่งมีความรู้เรื่องราวท้องถิ่นที่นำมาพัฒนาหรือต่อยอดได้ 57 เรื่อง แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ 1) ประวัติศาสตร์/ตำนาน 2) วิถีชีวิตและความเชื่อ 3) ภูมิปัญญาด้านอาหาร 4) ภูมิปัญญาด้านการเกษตร/สมุนไพร 5) อัตลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น 6) สถานที่สำคัญที่เชื่อมโยงพื้นที่ศึกษาทั้ง 14 แห่ง การต่อยอดหรือการใช้ประโยชน์ความรู้เรื่องราวท้องถิ่นดำเนินการใน 3 รูปแบบ คือ 1) จัดทำเป็นเรื่องสั้นหรือนิทาน 2) พัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) จัดทำเป็นเรื่องเล่าระหว่างนำชมสถานที่หรือนำกิจกรรม การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใช้กระบวนการจัดการความรู้ 4 ขั้นตอน คือ 1) การระบุความรู้จากความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) การแสวงหาความรู้ 3) การสร้างและถอดความรู้ 4) การจัดเก็บความรู้ในรูปแบบของเว็บไซต์และคู่มือการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, เรื่องเล่า, กิจกรรมการท่องเที่ยว



Abstract

This research paper is a qualitative research were (1) to survey and collect local tales to develop creative tourism stories and activities at creative tourism destinations in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces; (2) to use the knowledge management concept to develop creative tourism stories and activities at creative tourism destinations in the three provinces; and (3) to present knowledge management guidelines to develop creative tourism stories and activities at creative tourism destinations in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces. This is a focusing on field data collection, in-depth interview, participant observation and brainstorming meeting. The studied areas were 14 communities, local entrepreneurs and tourist attractions with creative potential in Chainat, Singburi and Lopburi Provinces.

The results showed that all 14 studied areas had 57 local knowledges and stories that can be developed or extended. They were divided into 6 groups: 1) history/myths, 2) lifestyles and beliefs, 3) food wisdom, 4) agricultural/herbal wisdom, 5) identity of local products, and 6) nearby landmarks that are connected to the research areas were 14 communities. Developing or utilizing local knowledge can be carried out in 3 ways: 1) creating a short story or tale, 2) developing a creative tourism activity, and 3) creating a tale while taking a tour of the place or leading an activity. Tales and creative tourism activities can be developed using a four-step knowledge management process: 1) identifying knowledge based on the needs stakeholder groups, 2) seeking knowledge, 3) creating and extracting knowledge, and 4) collecting knowledge in the form of websites and manuals for preparation for becoming a creative tourist destination.

Keywords: knowledge management, creative tourism, tales, tourism activities

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน และมุ่งเน้นความสำคัญและความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรม ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรม ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและความผูกพันที่กระตุ้นให้ กลับมาเที่ยวซ้ำ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558) ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงขึ้นอยู่กับศักยภาพ ของชุมชนในการจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาชุมชนที่สามารถนำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยว ได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ ถึงแม้ว่าชุมชนจะมีวัฒนธรรมท้องถิ่น ความรู้และภูมิปัญญาที่มีคุณค่าแต่หากไม่ สามารถนำภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมเหล่านั้นมารวบรวม ประมวล จัดระเบียบ และเก็บรักษาไว้อย่างดี ก็จะไม่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ ให้แก่ผู้มาเยือนได้เรียนรู้ เข้าใจ และเกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่าได้อย่าง เต็มที่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Hjalager (2002); Stambolis and Skayanis (2003) ได้กล่าวถึง



ปัญหาสำคัญของการขาดการเชื่อมโยงข้อมูลและความรู้ระหว่างนักวิชาการหรือนักวิจัย ภาคธุรกิจ และแหล่งชุมชนท่องเที่ยว รวมทั้งการขาดการถ่ายทอดข้อมูลและความรู้ที่ได้จากการศึกษาหรือวิจัยให้เป็นที่แพร่หลายและนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงเป็นอุปสรรคสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ Cooper (2005 อ้างถึงใน นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย และคณะ, 2561) ได้กล่าวว่า แนวคิดการจัดการความรู้ตั้งแต่การระบุมุมมองความรู้ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ และการจัดเก็บความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะถูกนำไปใช้ในการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองรองที่เป็นจุดเชื่อมโยงด้านการคมนาคมขนส่งที่สำคัญในการเชื่อมโยงภาคกลางตอนบนกับภาคกลางตอนล่าง และเชื่อมโยงภาคกลางกับภาคตะวันตก ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกทั้งมีเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่สำคัญที่เชื่อมโยงภาคต่าง ๆ ในประเทศเพื่อสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียนตัดผ่าน 3 จังหวัด (อรช กระแสนินทร์ และคณะ, 2564) นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงจังหวัดต่าง ๆ และภูมิภาคอาเซียนแล้วยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายและสอดคล้องหรือส่งเสริมกันได้อย่างดี การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน 3 จังหวัดจึงจะช่วยดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลักอย่างเช่น กรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา ฯลฯ ให้กระจายสู่ 3 จังหวัดได้ซึ่งอาจเป็นตัวอย่างหรือต้นแบบให้แก่เมืองท่องเที่ยวเมืองรองอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้กับเมืองท่องเที่ยวหลัก อย่างไรก็ตามทั้ง 3 จังหวัดยังไม่เป็นที่รู้จักในมิติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งยังไม่เคยมีการศึกษาในเชิงลึกว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน 3 จังหวัดควรพัฒนาอย่างไร

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้ใช้หลักการและแนวคิดการจัดการความรู้มาใช้ในการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งจะสามารถนำไปต่อยอดในการออกแบบและเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด รวมทั้งนำไปออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แนวคิดการจัดการความรู้จะสร้างประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และความเป็นแท้จริงของท้องถิ่น อีกทั้งช่วยส่งเสริมให้เจ้าของทรัพยากรและนักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่าทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและผูกพันกับความเป็นท้องถิ่นซึ่งจะส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและสืบค้นข้อมูลความรู้เรื่องราวท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรีบนฐานการจัดการความรู้
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดของงานวิจัยนี้พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยจากเอกสารวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการจัดการความรู้

Davenport (1994) ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ว่าคือ ความรู้เป็นกระบวนการคัดเลือก เผยแพร่ และใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ Nonaka and Takeuchi (1995) ให้ความหมายของการจัดการความรู้ว่าเป็นกระบวนการสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยทำการเผยแพร่ความรู้อย่างกว้างขวางตลอดทั้งองค์การ โดยรวมถึงผลิตภัณฑ์บริการเทคโนโลยี ขณะที่ Alavi and Leidner (2001) ได้พัฒนารอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านระบบสารสนเทศไว้ว่ามี 4 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างความรู้ 2) การจัดเก็บ ปรับปรุง และแบ่งปันความรู้ 3) การถ่ายทอดความรู้ และ 4) การใช้ความรู้ ในทำนองเดียวกัน Heisig (2009) ได้รวบรวม สรุป และวิเคราะห์จากรอบแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ 160 กรอบแนวคิด พบว่า ขั้นตอนที่มีการกล่าวถึงหรือระบุไว้มากที่สุดประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การระบุความรู้ 2) การสร้างความรู้ 3) การจัดเก็บความรู้ 4) การแบ่งปันความรู้ และ 5) การใช้ความรู้ นอกจากนี้ นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย และคณะ (2561) ได้นำเสนอมุมมองการจัดการความรู้ในเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจว่า เป็นกระบวนการในการเลือก รวบรวม เผยแพร่ ถ่ายโอน และใช้ประโยชน์จากความรู้ ความเชี่ยวชาญ ทรัพยากร และเทคโนโลยีทั้งหมดที่องค์การมีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประสิทธิผล

2. เรื่องเล่าท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เรื่องเล่าเป็นสิ่งที่คงอยู่คู่กับท้องถิ่น เป็นการเก็บรักษาสิ่งที่แฝงมากับเนื้อหาของเรื่องที่ได้รับการถ่ายทอดส่งต่อกันมาจากอดีต โดยในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยล้วนมีเรื่องเล่าที่ควรค่าแก่การศึกษา เพื่อทำความเข้าใจกับวิถีชุมชนที่สื่อความคิดด้วยวิธีการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของตน (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2549) ขณะที่ นรินทร์ สังข์รักษา (2561) ได้กล่าวถึงวิธีการสกัดขุมความรู้จากเรื่องเล่าคือการจัดการความรู้โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่เปิดโอกาสให้บุคคลเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับประสบการณ์ความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนของตน สุกัญญา สุจฉายา (2553) ได้เสนอความคิดว่าปัจจุบันมีการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวจำนวนมากซึ่งเป็นการนำ “คุณค่า” มาแปรรูปเป็น “มูลค่า” ให้เกิดแก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ในทำนองเดียวกันนี้ อภิลักษณ์ เกษมผลกุล (2558) แสดงทัศนะว่า ปัจจุบันในโลกของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น เรื่องเล่าท้องถิ่นมิได้มีพลังเพียงเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่ยังมีบทบาทในเชิงเศรษฐกิจที่เป็นทั้งเครื่องมือและช่องทางธุรกิจในการหารายได้ของชาวบ้านอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมีการนำเรื่องเล่าพื้นบ้านมาใช้อย่างมีนัยสำคัญในฐานะทุนทางวัฒนธรรมโดยการ “บอกเล่า” อดีตที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นผ่านการ “จำลองอดีตเก่า” และ “สร้างอดีตใหม่” ท่ามกลางการโยกย้าย “วิถีไทย” ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวของพื้นที่

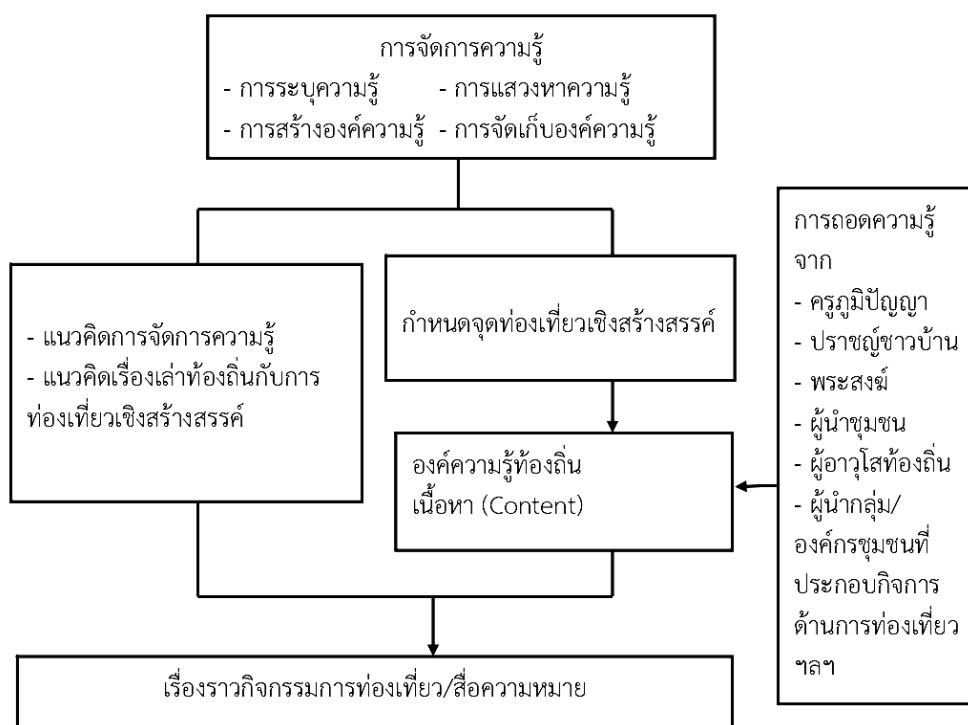
จากการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย พบว่าในประเทศไทยมีงานวิจัยที่เชื่อมโยงการจัดการความรู้กับงานท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ค่อนข้างน้อย และถึงแม้ว่าจะมีการจัดการความรู้ในชุมชนของพื้นที่ศึกษาวิจัย แต่ยังเป็นการจัดการความรู้ที่มีการศึกษาเป็นเรื่อง ๆ และยังอยู่ในพื้นที่เฉพาะ



จังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง โดยที่ยังไม่มีการบูรณาการร่วมกันเพื่อใช้ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม งานวิจัยนี้จึงเป็นการจัดการความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่นและนำไปต่อยอดสู่การออกแบบและพัฒนาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนซึ่งจะสร้างความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในชุมชนและนำไปสู่การสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยว 14 แห่งที่เข้าร่วมโครงการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม การประชุมระดมสมองกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การอบรมบ่มเพาะ และการประชุมกลุ่มเฉพาะ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นการสังเกตระหว่างการลงพื้นที่และการอบรมบ่มเพาะ และประเด็นการประชุม เครื่องมือทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยวิเคราะห์จากดัชนีความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่านโดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC=1 การวิจัยมี



ขั้นตอนดังนี้ 1) ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบเครื่องมือในการเก็บข้อมูล 2) คัดเลือกชุมชน ผู้ประกอบการหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ในการเก็บข้อมูล ความรู้ และเรื่องราวท้องถิ่น ซึ่งเรียงตามจังหวัดดังนี้ จังหวัดชัยนาท ได้แก่ ตลาดโพนางดำ ไร่หญิงมณีรัฐ สวนส้มโอโชคชัย บ้านคนรักศาล และบ้านบุทาจร จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า บ้านดอนกระต่าย บ้านหนองโหลง ตลาดไทยย่อนยุคบ้านระจัน และสวนตะวันออก และจังหวัดลพบุรี ได้แก่ ชุมชนไทยเบิ้ง บ้านสวนขวัญลพบุรี ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง และวัลลภาฟาร์มสเตย์ 3) เก็บข้อมูล ความรู้ และเรื่องราวของสถานที่ที่ได้รับการคัดเลือกในขั้นตอนที่ 2 จากแหล่งทุติยภูมิ พร้อม ๆ กับลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม (Fieldwork) โดยวิธีสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนคน ผู้อาวุโสท้องถิ่น และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวจำนวน 14 แห่ง แห่งละ 5 คน โดยรวมทั้งหมด 70 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง นอกจากนี้ สัมภาษณ์เชิงลึกกับบริษัทจัดนำเที่ยว 5 แห่งโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว 4) ถอดและวิเคราะห์ความรู้และเรื่องราวของท้องถิ่นเพื่อสังเคราะห์เป็นเรื่องเล่าและต่อยอดสู่การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากนั้นนำผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์นี้เข้าสู่การประชุมระดมสมองกับตัวแทนของสถานที่ทั้ง 14 แห่ง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บริษัทจัดนำเที่ยว จำนวนทั้งหมด 30 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมรวมทั้งรวบรวมความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละพื้นที่ 5) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกชนิดข้อมูลและใช้การวิเคราะห์เหตุการณ์แบบอิงทฤษฎีการจัดการความรู้มาประกอบการวิเคราะห์

ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาและสืบค้นข้อมูลความรู้เรื่องราวท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัด ที่ได้รับการประเมินว่ามีศักยภาพเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำนวนทั้งสิ้น 14 แห่ง โดยการประชุมระดมสมองระหว่างนักวิจัยที่ลงพื้นที่สำรวจชุมชนและนักพัฒนาการท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อประเมินศักยภาพของสถานที่ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) คุณลักษณะทั่วไปของพื้นที่ 2) คุณลักษณะสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ 3) อัตลักษณ์ของสถานที่ 4) ข้อดี ข้อด้อย และความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการรวบรวมข้อมูลความรู้โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ระหว่างลงพื้นที่ และจากความเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุมระดมสมอง พบว่า ความรู้และเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์และโดดเด่นของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง ประกอบด้วย 57 เรื่อง (ตารางที่ 1) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ 1) ประวัติศาสตร์/ตำนาน 2) วิถีชีวิตและความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติจนถึงปัจจุบัน 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร 4) ภูมิปัญญาด้านการเกษตร/สมุนไพร 5) อัตลักษณ์และความโดดเด่นของสินค้าท้องถิ่น 6) สถานที่สำคัญใกล้เคียงที่มีความเชื่อมโยงกับชุมชนผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง



ตารางที่ 1 แสดงเรื่องราวของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเชิงสร้างสรรค์

ชุมชนท่องเที่ยว	เรื่องราวท้องถิ่น
ตลาดโพนางคำ จังหวัดชัยนาท	1) ตลาดโพนางคำ-ตลาด 100 ปี 2) ชุมชนสองวัฒนธรรมไทย-จีน 3) ขนมหน้าางา “กุยหลี่” ตำนานความอร่อยกว่า 100 ปี 4) สถานที่สัมพันธ์กับตลาดโพนางคำ เช่น ร้านแหนายเฮ้า ฯลฯ
ไร่หญิงมณีรัฐ จังหวัดชัยนาท	5) ประวัติไร่หญิงมณีรัฐ 6) การน้อมนำศาสตร์พระราชา เช่น แปลงนาสาธิตการปลูก ข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ฯลฯ 7) ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุหรือพืชผักของไร่หญิงมณีรัฐ
สวนส้มโอโชคชัย จังหวัดชัยนาท	8) ประวัติส้มโอพันธุ์ขาวแตงกวาจังหวัดชัยนาท 9) ประวัติสวนส้มโอโชคชัย 10) ภูมิปัญญาท้องถิ่นส้มโอขาวแตงกวา
บ้านคนรักศาล จังหวัดชัยนาท	11) การสืบสานและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาวิถีตาลโตนด 12) ภูมิปัญญาท้องถิ่นวิถี ตาลโตนด 13) ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากตาลโตนด
บ้านบุทางรถ จังหวัดชัยนาท	14) ประวัติบ้านบุทางรถ 15) การอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชุมชนเขาราวเทียน 16) สมุนไพรในป่า ชุมชนเขาราวเทียน 17) ภูมิปัญญาท้องถิ่นหม้อไม้เขาราวเทียน 18) ป่าชุมชนเขาราวเทียน
บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า จังหวัดสิงห์บุรี	19) ประวัติศาสตร์ชุมชนบ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า 20) การเสด็จประพาสต้นรัชกาลที่ 5 21) ตำรับอาหารแม่ครัวหัวป่า 22) สถานที่สำคัญและสิ่งมงคลวัดพรหมเทพาวาส (วัดชลอน)
บ้านหนองโหลง จังหวัดสิงห์บุรี	23) ประวัติชุมชนบ้านหนองโหลง 24) การท่องเที่ยวชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ความเป็น ชุมชนวิถีเกษตร 25) กระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินการท่องเที่ยวของเด็กและเยาวชน 26) ต้นกร่าง ต้นไม้ประจำชุมชนบ้านหนองโหลง
บ้านดอนกระต่าย จังหวัดสิงห์บุรี	27) วิถีชีวิตชุมชนบ้านดอนกระต่าย 28) สิ่งศักดิ์สิทธิ์วัดประโชติการาม 29) พิพิธภัณฑ บ้านเล่าเรื่อง 30) การอนุรักษ์พันธุ์ปลาช่อนแม่ลา 31) การรื้อฟื้นสืบสานประเพณี ตำข้าวเม่า 32) ต้นพุทรา 100 ปี 33) งานหัตถกรรมตะกร้าหวาย
ตลาดไทยย้อนยุคบ้าน ระจัน จังหวัดสิงห์บุรี	34) วัดโพธิ์เก้าต้น 35) วิถีกรรมชาวกายบางระจัน 36) การกำเนิดตลาดไทยย้อนยุค บ้านระจัน 37) อาหารพื้นถิ่นในตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน
สวนตะวันแสนภูมิ จังหวัดสิงห์บุรี	38) ประวัติสวนตะวันแสนภูมิ 39) หยกพันธุ์ไม้มงคลผลิตจากภูมิปัญญา 40) สวนตะวันแสนภูมิ แหล่งเรียนรู้พันธุ์ไม้สำคัญ
ชุมชนไทยเบ็ง จังหวัดลพบุรี	41) ประวัติศาสตร์ชุมชนไทยเบ็ง 42) พิพิธภัณฑพื้นบ้านชุมชนไทยเบ็ง 43) ประเพณี และความเชื่อของชุมชน 44) ผ้าทอ 45) เพลงพื้นบ้าน 46) อาหารท้องถิ่น
บ้านสวนขวัญ @ ลพบุรี จังหวัดลพบุรี	47) ประวัติความเป็นมาบ้านสวนขวัญลพบุรี 48) วิถีเกษตรและวัฒนธรรมชุมชน 49) อาหารท้องถิ่น 50) องค์ความรู้ท้องถิ่นด้านหัตถกรรม 51) เรื่องเล่าท้องถิ่นเกี่ยวกับ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
ศูนย์การเรียนรู้บ้านดิน มดแดง จังหวัดลพบุรี	52) ประวัติความเป็นมาของศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง 53) ฐานกิจกรรมจากภูมิปัญญา ท้องถิ่น เช่น ฐานการทำบ้านดิน ฐานการปั้นดินเผา เป็นต้น 54) ตลาดชุมชนบ้านโคกตูม
วัลลาฟาร์ม สเตย์ จังหวัดลพบุรี	55) ประวัติความเป็นมาของวัลลาฟาร์มสเตย์ 56) การเรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ โคก-หนอง-นาโมเดล 57) ฐานกิจกรรมเรียนรู้ภายในวัลลาฟาร์มสเตย์



วัตถุประสงค์ที่ 2 พัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี บนฐานการจัดการความรู้ ผลการวิจัยพบว่า เกณฑ์ที่กำหนดในการเลือก ความรู้หรือเรื่องราวที่จะนำไปพัฒนาเป็นเรื่องเล่าและต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีหลักการดังนี้ 1) เป็นเรื่องราวท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นเป็นที่รู้จักและสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ 2) เป็นเรื่องราวท้องถิ่นที่มีคุณค่าต่อการเรียนรู้และแฝงแง่คิด และ 3) เป็นเรื่องราวท้องถิ่นที่สามารถนำมา ออกแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมลงมือทำได้มากกว่า 60 % ของเนื้อหาสาระกิจกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นพ้องกันว่าควรมีการนำความรู้หรือเรื่องราวของท้องถิ่นมาจัดทำเป็นต้นแบบ ในการใช้ประโยชน์ 3 ต้นแบบ ได้แก่

ต้นแบบที่ 1 ต้นแบบเรื่องสั้นหรือนิทาน คือ การนำเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่มี เนื้อหาสนุกสนานหรือเป็นที่จดจำของคนในชุมชนมาพัฒนาเป็นเรื่องสั้นหรือนิทาน เช่น การนำเรื่องราวบ้าน ไทยหลอบใจของบ้านสวนขวัญลพบุรี มาพัฒนาเป็นเรื่องสั้นหรือนิทาน และต่อยอดเป็นการสื่อความหมาย ที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นในรูปแบบของพ็อกเก็ตบุ๊กสำหรับให้นักท่องเที่ยวอ่านระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างการนำเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชุมชนเรื่องบ้านไทยหลอบใจมาต่อยอด สื่อความหมายในรูปแบบของ พ็อกเก็ตบุ๊กสำหรับให้นักท่องเที่ยวอ่านระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

ต้นแบบที่ 2 ต้นแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การนำความรู้หรือเรื่องราวของท้องถิ่น อันเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่มาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากองค์ความรู้ภูมิปัญญาด้านอาหาร โดยให้ นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัตถุดิบและส่วนผสมอาหารพื้นถิ่น วิธีการปรุงอาหารสูตรเฉพาะของชุมชน ลงมือ ทำอาหารพื้นถิ่นกับคนในชุมชน และรับประทานอาหารที่นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือทำด้วยภาษาของท้องถิ่น ตัวอย่างการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่น เช่น ตลาดโพธิ์นางดำ จังหวัด ชัยนาท ทดลองทำขนมหน้ากุยหลิที่สืบสานตำนานความอร่อยกว่า 100 ปี บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า จังหวัด สิงห์บุรี นำเรื่องเล่าตำรับอาหารแม่ครัวหัวป่าให้นักท่องเที่ยวร่วมปรุงและเรียนรู้ส่วนผสมของอาหารตำรับแม่ ครัวหัวป่าจากลูกหลานที่สืบเชื้อสายมาจากแม่ครัวหัวป่าโดยตรง ชุมชนไทยเบิ้ง จังหวัดลพบุรี นำวัฒนธรรม



ด้านอาหารมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนากิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นไทยเบ๊ เป็นต้น จากการสัมภาษณ์บริษัทจัดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านอาหารในลักษณะนี้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทุกกลุ่ม

2. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากองค์ความรู้ด้านสินค้าท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น โดยให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัตถุดิบและวิธีผลิตสินค้าท้องถิ่น รวมทั้งทดลองทำงานสินค้าท้องถิ่นแบบง่าย ๆ เสร็จภายในระยะเวลาสั้น ๆ และนำกลับไปเป็นของที่ระลึกได้ ตัวอย่างการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสินค้าท้องถิ่น เช่น บ้านคนรักศาล จังหวัดชัยนาท ให้นักท่องเที่ยวจักสานเครื่องใช้และเครื่องประดับง่าย ๆ จากใบตาลในชุมชน ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง จังหวัดลพบุรี ให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นรูปต่าง ๆ ตามความต้องการ ชุมชนไทยเบ๊ จังหวัดลพบุรี พัฒนากิจกรรมการจักสานด้วยใบตาลโดยทำเป็นรูปสัตว์ตัวเล็ก ๆ และเครื่องประดับสตรี เป็นต้น จากการสัมภาษณ์บริษัทจัดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า การจัดกิจกรรมทำงานหัตถกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ควรใช้เวลาเกิน 30 นาที ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ควรใช้เวลาเกิน 1 ชั่วโมง 30 นาที

3. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากองค์ความรู้ด้านการเกษตร/สมุนไพร โดยให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และทดลองปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ด้วยตนเอง ตัวอย่างการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการเกษตร/สมุนไพร เช่น บ้านคนรักศาล จังหวัดชัยนาท พัฒนา กิจกรรมการอนุรักษ์วิถีตาล บ้านนันทารถ จังหวัดชัยนาท พัฒนา กิจกรรมเรียนรู้พืชสมุนไพรบนป่าชุมชนเขาราวเทียน สวนส้มโอโชคชัย จังหวัดชัยนาท พัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสวนส้มโอ ได้แก่ เก็บผลส้มโอในสวน และพายเรือชมสวนส้มโอ บ้านหนองโหลง และ บ้านดอนกระต่าย จังหวัดสิงห์บุรี พัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีเกษตรชาวนาแบบครบวงจร ตั้งแต่การไถนา เตรียมดินกล้า ถอนกล้า ดำนา เก็บเกี่ยว และสีข้าว ทั้งนี้ บริษัทจัดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเสนอแนะว่าการจัดกิจกรรมทางการเกษตรควรอยู่ระหว่าง 30 นาที-1 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของกิจกรรมและจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมในช่วงเช้าหรือช่วงเย็น และต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ในการจัดทำกิจกรรมให้เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว รวมทั้งต้องมีพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำความสะดวกสบายที่มีมิติ สดชื่น และปลอดภัย

ต้นแบบที่ 3 ต้นแบบเรื่องเล่านำชมสถานที่และนำกิจกรรม คือ การถอดความรู้เรื่องราวท้องถิ่นของพื้นที่มาใช้ในการเล่าเรื่องหรือนำชมสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้จัด “การอบรมบ่มเพาะให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในหัวข้อการเล่าเรื่องและการนำชมสถานที่” ควบคู่ไปกับ “การระดมความคิดเห็นของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยว” ทำให้ได้ต้นแบบการเล่าเรื่องและนำชมสถานที่ 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การเล่าเรื่องโดยการกำหนดคำสำคัญเพื่อให้เล่าเรื่องได้ตรงกับ ความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) การเล่าเรื่องโดยเลือกนำเสนอเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์แผ่นเล็ก ๆ หรือภาพวาดตามพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น 3) การเล่าเรื่องโดยใช้อุปกรณ์มาเป็นตัวอย่างประกอบ เช่น แผนที่และรูปภาพ จะทำให้ผู้ฟังเห็นภาพและเข้าใจเนื้อหาเรื่องเล่าที่น่าสนใจมากขึ้น 4) การเล่าเรื่องโดยการถอดความรู้เรื่องราวท้องถิ่นที่เป็นความรู้ในตัวคนมาจัดทำเป็นเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นลายลักษณ์อักษรสำหรับนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การเล่าเรื่องทั้ง 4 รูปแบบจำเป็นต้องอยู่บนหลักการสำคัญ 4 ประการ คือ 1) เลือกเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์เด่น เช่น เป็นเหตุการณ์ที่ผู้เล่าประทับใจและเข้าใจมากที่สุด และแฝงแง่คิด



2) ลำดับเรื่องราวหรือโครงสร้างเนื้อหาให้เข้าใจง่ายและน่าติดตาม 3) การสรุปจบต้องสอดคล้องเป็นเรื่องเดียวกันตั้งแต่ต้นเรื่อง กลางเรื่อง และจบเรื่อง และ 4) ผู้นำเสนอเรื่องเล่ามีบุคลิกภาพที่เป็นธรรมชาติ

วัตถุประสงค์ที่ 3 นำเสนอแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานการจัดการความรู้ของงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 2 ทิศทาง คือ (1) การจัดการความรู้จากภายในสู่ภายนอกเป็นการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่นหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลฐานสำหรับการสังเคราะห์แนวทางในการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2) การจัดการความรู้จากภายนอกสู่ภายในเป็นการจัดการความรู้ด้านการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่อยู่ในตัวผู้เชี่ยวชาญสู่ชุมชนผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำไปปฏิบัติ การจัดการความรู้ทั้ง 2 ทิศทางดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอนของการจัดการความรู้ใน 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การระบุความรู้ โดยอิงจากความต้องการข้อมูลของ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1.1) ความต้องการข้อมูลความรู้ของนักวิจัยเพื่อนำมาพัฒนาเป็นเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละพื้นที่ ประกอบด้วย 5 เรื่องสำคัญ ได้แก่ (1) เนื้อหาความรู้เรื่องราวท้องถิ่น (2) รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม (3) ค่าใช้จ่ายในแต่ละกิจกรรม (4) ความสามารถในการดำเนินงานของผู้จัดกิจกรรม และ (5) สถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบพื้นที่ศึกษาวิจัย 1.2) ความต้องการข้อมูลความรู้ของนักท่องเที่ยวซึ่งได้จากการสัมภาษณ์บริษัทจัดนำเที่ยวโดยสอบถามประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวและสินค้าท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวสนใจ 1.3) ความต้องการของเจ้าของข้อมูลความรู้ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยตรง รวมทั้งใช้วิเคราะห์ความพร้อมของคนในพื้นที่ในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

2. การแสวงหาความรู้ ดังนี้ 2.1) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รู้ในชุมชนของพื้นที่เพื่อค้นหาความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) เพื่อเป็นข้อมูลนำมาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2.2) การสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัทจัดนำเที่ยวเพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว 2.3) การสังเกตการณ์วิถีชีวิตของคนในชุมชน การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว จากการลงพื้นที่ภาคสนาม พบว่า ชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการเล่าเรื่องเพื่อการนำชม คณะผู้วิจัยจึงได้นำข้อค้นพบเกี่ยวกับองค์ความรู้และทักษะที่เป็นที่ต้องการเหล่านี้เป็นหัวข้อในการอบรมเฉพาะซึ่งเป็นขั้นตอนที่ 3 ลำดับต่อไป 2.4) การมีส่วนร่วมในการทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การทดลองเดินป่า การทดลองทำอาหารพื้นถิ่น และทดลองทำงานหัตถกรรม เป็นต้น เพื่อคัดเลือกและรวบรวมข้อมูล ความรู้ และเรื่องราวสำคัญที่จะนำมาใช้ในการบรรยายระหว่างการนำชมสถานที่หรือเพื่อนำมาพัฒนาหรือปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความสร้างสรรค์และน่าสนใจยิ่งขึ้น

3. การสร้างหรือถอดองค์ความรู้ คณะผู้วิจัยใช้ 4 วิธีการในการสร้างหรือถอดองค์ความรู้ ได้แก่ 3.1) สังเคราะห์ข้อมูล ความรู้ เรื่องราวที่ได้การสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับนำมาเป็นข้อมูลฐานที่สำคัญในการออกแบบเพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3.2) จัดประชุมระดมสมองระหว่างคณะผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชุมชน



ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง เพื่อร่วมกันตรวจสอบข้อมูลความรู้และเรื่องราวท้องถิ่น รวมทั้งร่วมกันสร้างเกณฑ์หรือแนวทางในการคัดเลือก จัดหมวดหมู่ สร้างหรือถอดองค์ความรู้ และการจัดเก็บความรู้ 3.3) จัดอบรมบ่มเพาะในหัวข้อการเล่าเรื่องและการนำชมสถานที่เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการเล่าเรื่อง การพัฒนากิจกรรม การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการออกแบบสรรสร้างให้แก่ผู้เข้าร่วมอบรม ในขณะเดียวกัน การอบรมบ่มเพาะเป็นเครื่องมือในการระดมสมองระหว่างผู้เข้าอบรมเพื่อร่วมกันกำหนดต้นแบบของการเล่าเรื่องและการนำชมสถานที่ 3.4) จัดประชุมกลุ่มเฉพาะระหว่างบริษัทจัดนำเที่ยว นักพัฒนาการท่องเที่ยว และนักการตลาดการท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดเพื่อวิพากษ์เรื่องเล่าท้องถิ่นและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาหรือต่อยอดมาจากข้อมูล ความรู้ และเรื่องราวท้องถิ่น การวิพากษ์นำไปสู่การปรับการนำเสนอเรื่องเล่าท้องถิ่นและกิจกรรมการท่องเที่ยว

4. การจัดเก็บองค์ความรู้ ดำเนินการจัดเก็บใน 2 รูปแบบ คือ 4.1) จัดเก็บความรู้และเรื่องเล่าท้องถิ่นในเว็บไซต์ที่ www.เที่ยวยิ้มอิ่มใจ.com ซึ่งคณะผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นภายใต้ความร่วมมือของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญอีกแหล่งหนึ่งของนักท่องเที่ยว 4.2) จัดเก็บข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบสิ่งแวดล้อมและสินค้าท้องถิ่น การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และเทคนิคการเล่าเรื่องและนำชมในคู่มือ “การเตรียมความพร้อมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ซึ่งจัดทำขึ้นทั้งในรูปแบบที่เป็นเล่มหนังสือและอิเล็กทรอนิกส์

อภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนทั้ง 3 จังหวัด มีความโดดเด่นและมีความหลากหลายดังจะเห็นได้จากการวิเคราะห์และจัดประเภทที่ครอบคลุมเรื่องเล่าท้องถิ่นที่สำคัญสามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ 1) ประวัติศาสตร์/ตำนาน 2) วิถีชีวิตและความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติจนถึงปัจจุบัน 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร 4) ภูมิปัญญาด้านการเกษตร/สมุนไพร 5) อัตลักษณ์และความโดดเด่นของสินค้าท้องถิ่น 6) สถานที่สำคัญใกล้เคียงที่มีความเชื่อมโยงพื้นที่ศึกษาทั้ง 14 แห่ง ความโดดเด่นของเรื่องเล่าท้องถิ่นดังกล่าวสามารถนำมาสู่การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวมีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่กันและกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ ปฐิมา บุญปก และคณะ (2562) พบว่า การนำเรื่องเล่าท้องถิ่นมาสร้างความน่าสนใจในการเยี่ยมชมเป็นการเปิดพื้นที่ของท้องถิ่นสู่สายตาและการรับรู้ของคนนอกพื้นที่ซึ่งส่งผลให้ชาวท้องถิ่นได้ประโยชน์จากรายได้และการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อรองรับการท่องเที่ยว งานศึกษาของ รัฐวิชัย ชัยศิริพานิช (2562) พบว่า ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหรือมีเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์โดดเด่นชวนติดตามจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงบางประการให้แก่พื้นที่หรือชุมชนโดยรอบ เช่น การสร้างความห่วงใยกันหรือการพลิกฟื้นทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมให้กลับมาพลิกฟื้นอีกครั้ง เป็นต้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่ศึกษาวิจัยทั้ง 14 แห่ง พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นใหม่จากการนำเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนมาร้อยเรียงและออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่โดยมีฐานการพิจารณา



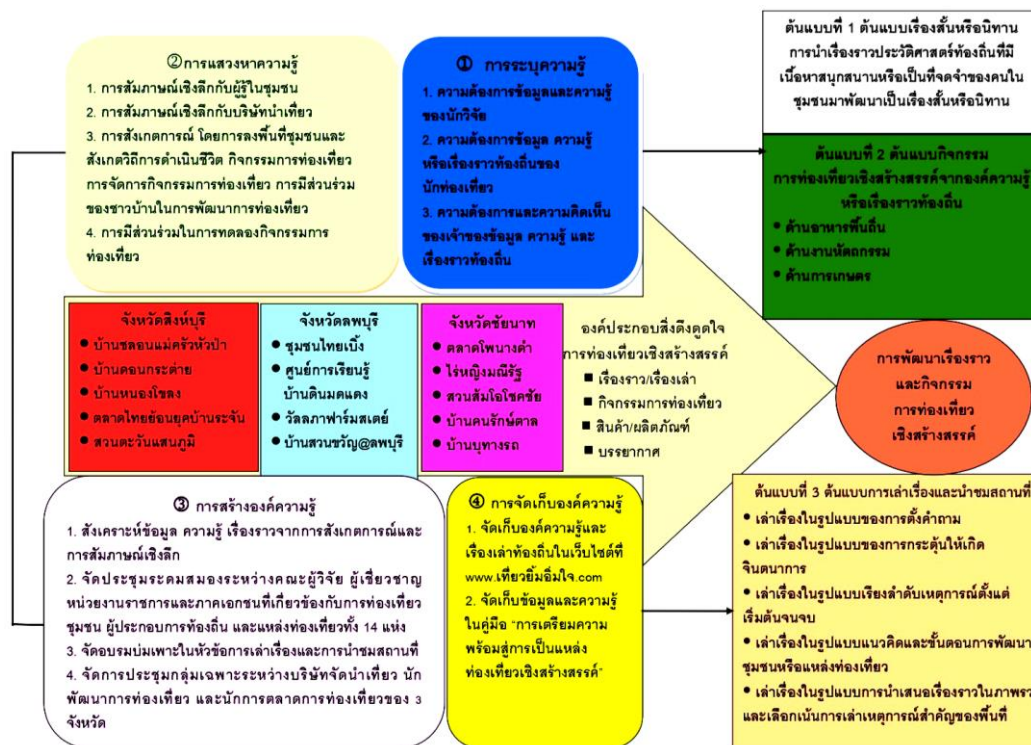
ใน 4 ประเด็น คือ 1) กิจกรรมมีอัตลักษณ์และสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์หรือความรู้สึกเชิงบวกแก่นักท่องเที่ยว 2) กิจกรรมสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว 3) กิจกรรมทำได้ในทุกฤดูกาล 4) พื้นที่มีความพร้อมในการดำเนินการและจัดการได้อย่างแท้จริง สอดคล้องกับงานศึกษา ของ อรช กระแสอินทร์ และคณะ (2564) พบว่า การเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมีลักษณะต่อไปนี้ 1) กิจกรรมมีอัตลักษณ์และเกิดขึ้นโดยท้องถิ่นเอง 2) กิจกรรมมีลักษณะสร้างสรรค์ ให้บรรลุหรือความรู้สึกเชิงบวก 3) กิจกรรมสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว 4) กิจกรรมดำเนินได้ในทุกฤดูกาลหรือจัดทำเป็นเทศกาลพิเศษเฉพาะของท้องถิ่น 5) เจ้าของสถานที่หรือทรัพยากรมีความพร้อมในการดำเนินการและจัดการได้อย่างแท้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาธิปต์ จันท์เอียด และคณะ (2561) พบว่า เรื่องเล่าของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ทุกกิจกรรมที่นำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจะช่วยสร้างความโดดเด่นของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ส่วนการศึกษาของ กรรณก นิลดำ (2563) ได้เสนอแนวทางการนำเรื่องเล่าที่มีจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาให้เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจและสร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น พืชพันธุ์บางชนิดที่ชุมชนอื่น ๆ ไม่มีสามารถนำมาสร้างองค์ประกอบแวดล้อมที่สนับสนุนเรื่องเล่าโดยอาจเพิ่มบรรยากาศท้องถิ่นเพื่อให้เรื่องเล่านั้นชัดเจนมากขึ้น

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง 3 จังหวัด พบว่า การจัดการความรู้ประกอบด้วย 2 ทิศทาง คือ (1) การจัดการความรู้จากภายในสู่ภายนอกเป็นการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในพื้นที่ศึกษาวิจัยเพื่อนำไปเป็นข้อมูลฐานสำหรับการสังเคราะห์แนวทางในการสร้างหรือพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเรื่องเล่าท้องถิ่น (2) การจัดการความรู้จากภายนอกสู่ภายในเป็นการจัดการความรู้ที่อยู่ในตัวผู้เชี่ยวชาญสู่ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท้องถิ่นเพื่อนำไปปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม พบว่า ในแต่ละชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวมีเรื่องเล่าท้องถิ่นที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่เท่ากัน และส่วนใหญ่ขาดประสบการณ์การจัดการความรู้เพื่อเชื่อมโยงร้อยเรียงเรื่องเล่าหรือเรื่องราวท้องถิ่นที่น่าสนใจ ดังนั้นหากมีหน่วยงานเข้ามาเป็นพี่เลี้ยงหรือให้คำแนะนำในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ก็จะเป็นโอกาสในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืนต่อไป ในงานศึกษาของ ปันนิตา จันท์สุกรี และคณะ (2560) ได้เสนอแนะว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรผลักดันให้คนในชุมชนมีการจัดการความรู้ในเรื่องอื่น ๆ อย่างเช่น การจัดการความรู้ที่เน้นการให้ความรู้กับคนรุ่นใหม่ การอนุรักษ์การประกอบอาชีพดั้งเดิมให้คงอยู่ การปรับตัวอย่างต่อเนื่อง การอนุรักษ์วัฒนธรรมควบคู่กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ฯลฯ ส่วนในงานศึกษาของ นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย และคณะ (2561) ได้ค้นพบว่า การถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญผ่านการฝึกอบรมเฉพาะสำหรับชุมชนและผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ควรเป็นการฝึกอบรมเฉพาะในรูปแบบต่อเนื่องที่มีช่วงเวลาและระยะเวลาที่สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานและวิถีชีวิตของชุมชนและผู้ประกอบการขนาดเล็ก



องค์ความรู้ใหม่จากการงานวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์เป็นโมเดลการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานการจัดการความรู้ ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงโมเดลองค์ความรู้การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานการจัดการความรู้

จากแผนภาพที่ 3 จะเห็นว่า ความรู้และข้อมูลทั้งหมดจากการวิจัยนี้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอนของการจัดการความรู้ใน 4 ขั้นตอน คือ 1) การระบุมหาความรู้เพื่อบ่งชี้องค์ความรู้สำคัญที่ใช้ในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องเล่าท้องถิ่น 3) การสร้างหรือถอดองค์ความรู้ 4) การจัดเก็บองค์ความรู้ในรูปแบบของเว็บไซต์และคู่มือการเตรียมความพร้อมสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สรุป

สรุปภาพรวมงานวิจัยนี้ พบว่า ความรู้เรื่องราวท้องถิ่นในพื้นที่ศึกษาวิจัยทั้ง 14 แห่ง สามารถนำมาพัฒนาหรือต่อยอดได้จำนวน 57 เรื่อง แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ 1) ประวัติศาสตร์/ตำนาน 2) วิถีชีวิตและความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติจนถึงปัจจุบัน 3) ภูมิปัญญาด้านอาหาร 4) ภูมิปัญญาด้านการเกษตร/สมุนไพร 5) อัตลักษณ์และความโดดเด่นของสินค้าท้องถิ่น 6) สถานที่สำคัญที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ศึกษาวิจัยทั้ง 14 แห่ง



ทั้งนี้ การต่อยอดหรือประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องราวท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้ใน 3 รูปแบบ คือ 1) จัดทำเป็นเรื่องสั้นหรือนิทาน 2) พัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) จัดทำเป็นเรื่องเล่าระหว่างนำชมสถานที่หรือนำกิจกรรม การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใช้กระบวนการจัดการความรู้ใน 4 ขั้นตอน คือ 1) การระบุมุมมอง 2) การแสวงหาความรู้ 3) การสร้างและถอดความรู้ 4) การจัดเก็บความรู้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี สามารถนำข้อมูลความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่นไปต่อยอดในการพัฒนาสินค้าท้องถิ่นหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน

1.2 จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดลพบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้หรือมีการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบโดยเริ่มตั้งแต่การระบุมุมมอง การแสวงหาความรู้ การสร้างหรือถอดความรู้ และการจัดเก็บความรู้เพื่อนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดในการพัฒนาชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างความอยู่ดีมีสุขให้กับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

1.3 จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดลพบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันในการเชื่อมโยงเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากงานวิจัยนี้สู่พื้นที่อื่น ๆ ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมและความร่วมมือระหว่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากลุ่มจังหวัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาคกลางได้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ในบริบทที่กว้างขึ้น รวมถึงอาจวิเคราะห์เปรียบเทียบกระบวนการจัดการความรู้ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเพื่อค้นหาชุมชนที่มีแนวปฏิบัติที่ดีหรือมีศักยภาพในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนำไปสู่การเป็นพื้นที่ต้นแบบให้แก่ชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) งบประมาณแผ่นดินปี 2563



เอกสารอ้างอิง

- กรกนก นิลดำ. (2563). การสร้างเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 14(2), 109-135.
- จุฑาธิปต์ จันทรเอียด, อังสุมาลิน จำนงขอบ และณัฐพัชร์ มณีโรจน์. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*, 10(2), 156-187.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2561). เรื่องเล่า: วิถีวิทยาแนวใหม่ในการแสวงหาความรู้เพื่อการวิจัยทางสังคม. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 10(2), 1-18.
- นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์, ภูริวัจน์ เดชอุ่ม และ อรช กระแสนินทร์. (2561). *Local NEO SME หัวใจเก่า คิดแนวทางใหม่ สไตล์ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ใน รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปฐิมา บุญปก, หทัยรัตน์ ทับพร และอัศวินthy เรื่องรอง. (2562). การสืบทอดภูมิปัญญาเรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อพัฒนาวิถีชีวิตของชุมชนในแอ่งสกลนคร. *มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 41(1), 7-15.
- ปณินดา จันทรสุกรี, นลินี พาน, สายตา ไพลิน เชื้อหยก และนิตินัย รุ่งจินดารัตน์. (2560). การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 1(3), 49-63.
- รัฐวิชัย ชัยศิริพานิช. (2562). *การศึกษา 5 เสน่ห์วิถีชุมชนที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดนัดหัวปลี ศูนย์โอท็อป (OTOP) คอมเพล็กซ์ พุแค ตำบลพุแค อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุกัญญา สุขฉายา. (2553). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการจัดการวัฒนธรรม”. *วารสารไทยศึกษา*, 7(2), 217-240.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2549). *สุวรรณภูมิ: ต้นกระแสประวัติศาสตร์ไทย*. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558). *องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- อภิลักษณ์ เกษมผลกุล. (2558). เรื่องเล่าพื้นบ้านกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ใน ศิราพร ณ ถลาง (บรรณาธิการ). *เรื่องเล่าพื้นบ้านไทยในโลกที่เปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- อรช กระแสนินทร์, นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ และจรรยา สุพรรณ. (2564). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี*. ใน รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Alavi, M. & Leidner, D. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems. *Conceptual Foundations and Research Issues*, 25(1), 107-136.
- Davenport, M. (1994). “Understanding Knowledge Management”. *Journal of Long Range Planning*, 30(3), 374-384.
- Heisig, P. (2009). Harmonisation of Knowledge Management-Comparing 160 KM Frameworks around the Globe. *Journal of Knowledge Management*, 13(4), 4-31.
- Hjalager, Anne-Mette. (2002). Repairing Innovation Defectiveness in Tourism. *Tourism Management*. 23, 465-474.
- Nonaka, I and H. Takeuchi. (1995). *The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamic*. New York: Oxford University Press.
- Stambolis, Y. & Skayanis, P. (2003). Innovation Strategies and Technology for Experience-Based Tourism. *Tourism Management*, 24, 35-43.