

บทคัดย่อ

แผนงานวิจัยนี้เป็นการขยายผลทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาทำให้ผล การศึกษาจากงานวิจัยแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ผ่านมา มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้ วัตถุประสงค์เพื่อนำไปเป็นกรอบแนวทางในการ เสริมสร้างการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่าง ๆ สามารถนำมาคิดให้มีความ เชื่อมต่อกับระบบการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น โดยเน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวตามรูปแบบการออกแบบบนฐานของชุมชน (Community-based Design Model) คือ การคิดจาก ความเป็นชุมชนที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่า ทุกความคิดสร้างสรรค์ควรเป็นในแบบแตกต่างอย่างมีที่มา ชี้ให้เห็นถึง ศักยภาพในการสืบค้นจากความหลากหลายของที่มาของรากทางวัฒนธรรม นำเรื่องราวมาร้อยเรียงและ ออกแบบสร้างสรรค์ให้ทันยุค โดยให้คนรุ่นใหม่เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาความคิดทั้งกระบวนการ สามารถ นำวิถีไทย วิถีถิ่นมานำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยหาทิศทางเพื่อนำประเทศไทยสู่การเปลี่ยน ผ่านจากการพัฒนาสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากราก (Thailand 4.0- Value based Economy)

ผลการวิจัยนำเสนอว่า หากนำผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานต่อประเด็น การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขา งานศิลป์ที่หลากหลาย มาประสานการทำงานเชิงบูรณาการในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) ระหว่างชุมชน (Insider) และคนจากภายนอก (Outsider) เช่น เชฟศิลปิน นักออกแบบงานศิลป์ สาขาต่าง ๆ ปราชญ์หรือศิลปินท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ แต่ไม่จำเป็นต้อง ทำพร้อมกัน ผู้ที่มีความพร้อมสามารถนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งพบว่ารูปแบบของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อความเป็นชุมชนได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากนักออกแบบมีความ เข้าใจบริบทของชุมชนในเชิงลึกด้วยจากการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบบนฐานของชุมชน สะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ในขณะเดียวกัน กลุ่มคนภายนอกเหล่านี้ ยัง สามารถทำหน้าที่เป็นผู้เร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการสร้าง สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชนได้ด้วย

คำหลัก การท่องเที่ยวโดยชุมชน เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร เยาวชนและ นวัตกรรม

Abstract

This research project was an extended result in terms of spatial and issue-based data that aimed to utilize the findings to clarify the research outcome on the previous research project Mechanisms for Tourism with Thainess: a Multi-Stakeholder Participation and Community-based Approach. The research objective was to implement the framework approach for value-adding to tourism-based components that could be mutually connected to tourism system. The study areas of this research are 2 destinations (Burirum and Keabi) representing different scales of tourism development. Based on a theoretical analysis, a working model was formulated. An action research was then designed to experiment how the model could be materialized. Brainstorming elicitation and in-depth interview were employed to reflect on how each element could be integrated. The data, efficiently collected from the community's cultural diversity, was able to linked to create the innovative tourism products that could transmit the country towards Thailand 4.0- Value based Economy.

The research outcome indicated that the stakeholders in terms of the policy and commerce and the responsible persons should work together to create the shared value between the insiders (community members) and the outsiders (chef, artist, designer, local philosopher, artist, new-gen business owner, and the local government organizations). However, these stakeholders could work independently as they had their own goals and interests. Accordingly, based on Community-based Design approach, the product design could perfectly present the community's identity since the designer deeply understood the context by developing their ideas from the community in order to authentically represent the value and sense of the place. In addition, those outsiders could be the catalysts to give an inspiration for the community to create their new products.

Key words: Community-based tourism, value-driven economy, gastronomy tourism, tourism innovation