



การจัดการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์

การจัดการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับ ผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการ สร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของ พื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว เข้าไปมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรม อันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจดจำ ประทับใจและ ในท้ายที่สุดจะมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ ได้ท่องเที่ยว



GREG RICHARDS



CRISPIN RAYMOND

เกิดคำว่า “Creative
Tourism” ขึ้น
ในปี 2543

“tourism which offer visitors the opportunities to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken”



From.. Cultural Tourism

ชม - สถานที่
ชิม - อาหารและเครื่องดื่ม
แะช้ะ - ถ่ายภาพ
ซ้อป - สินค้าที่ระลึก

To.. Creative Tourism

เรียนรู้
ดูของจริง
ลงมือทำ

So...>>>

Cultural Tourist

1. ชมอยู่ห่างๆ และถ่ายภาพ
2. ชมสาธิต และซื้อสินค้าที่ระลึก
3. ไม่ได้ร่วมกิจกรรมในสถานที่
4. ไม่เกิดความผูกพันและการมีส่วนร่วม

Creative Tourist

1. มีส่วนร่วมและลงมือทำกับชุมชน
2. เพิ่มศักยภาพและความสร้างสรรค์ผ่านการลงมือทำ
3. มีการแลกเปลี่ยนกับคนในชุมชน
4. เกิดความประทับใจและรู้สึกดีกับชุมชน

นักท่องเที่ยว



So...>>>

Cultural Tourism

- 1.เที่ยวเฉพาะเทศกาลหรือฤดูกาล
- 2.แหล่งที่มีชื่อเสียง ได้รับผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
- 3.เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว
- 4.ไม่ยั่งยืน ผลประโยชน์ไม่ได้อยู่กับชุมชนเต็มที่

Creative Tourism

- 1.มีส่วนร่วมและลงมือทำกับชุมชน
- 2.เพิ่มศักยภาพและความสร้างสรรค์ผ่านการลงมือทำ
- 3.มีการแลกเปลี่ยนกับคนในชุมชน
- 4.เกิดความประทับใจและรู้สึกดีกับชุมชน

ชุมชน



The diagram consists of three hexagonal nodes arranged in a triangle. The top-left node is brown and labeled 'Creative Industries' in yellow. The top-right node is blue and labeled 'Creative Economy' in red. The bottom-center node is olive green and labeled 'Creative Cities' in dark blue. Each node has a double border. A thick magenta arc connects the top of the 'Creative Industries' node to the top of the 'Creative Economy' node. A thick purple arc connects the bottom of the 'Creative Industries' node to the top of the 'Creative Cities' node. A thick purple arc connects the bottom of the 'Creative Economy' node to the top of the 'Creative Cities' node. Additionally, there are several thin, curved lines in shades of purple and magenta that sweep around the nodes, suggesting a dynamic or interconnected system.

Creative
Industries

Creative
Economy

Creative
Cities

Creative Industries

กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าและบริการ ที่ใช้
ความคิดสร้างสรรค์และทุนภูมิปัญญาเป็น
ฐาน โดยมีกิจกรรมที่ใช้ฐานความรู้เป็น
สำคัญ ทั้งในรูปแบบวัตถุหรือสินทรัพย์
ทางปัญญา ซึ่งช่วยให้เศรษฐกิจการค้า
โลกขับเคลื่อนต่อไป

Creative Cities

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ สนับสนุนให้
เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่ให้เกิด
ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้า
บ้าน ผ่านการเรียนรู้และประสบการณ์
ทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมในพื้นที่
เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจจริงในพื้นที่
ท่องเที่ยว

Creative Economy

การพัฒนาบนฐานสินทรัพย์
สร้างสรรค์ ที่นำไปสู่การสร้างรายได้
สร้างงาน และการส่งเสริมความ
หลากหลายทางวัฒนธรรมและพัฒน
ามมนุษย์ โดยครอบคลุมทั้งมิติทาง
เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ทรัพย์สิน
ทางปัญญาและเป้าหมายทางการท่องเที่ยว

UNESCO ให้คำนิยาม Creative Tourism

- ▶ การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางพัฒนาชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อเกิดความยั่งยืน
- ▶ กิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนต้องจัดให้สอดคล้องกับหรือสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน
- ▶ กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องเกิดในมิติ การเรียนรู้ การทดลองปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เพื่อให้เกิดประสบการณ์
- ▶ ต้องเกิดความสมดุลระหว่าง การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ กับ ผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน
- ▶ “การท่องเที่ยวเชิงคุณค่า ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้ใช้วิถี วัฒนธรรมและภูมิปัญญา มาสร้างโอกาสให้กับผู้มาเยือน ในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และไม่แยกส่วนระหว่างผู้มาเยือนกับชุมชน”

สถาบันวิจัยและพัฒนาประเทศไทย นิยาม Creative Tourism ว่า....

▶ **ต่อยอด** ทุนเดิมที่มีอยู่

▶ **เพิ่มค่า** มูลค่าและคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยว

▶ **หาจุดต่าง** สร้างและพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ด้วยความคิดสร้างสรรค์

ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- ▶ **Creative** มีศักยภาพและเพิ่มมูลค่าได้ง่าย แต่ขาดความกลืนระหว่างวัฒนธรรม
- ▶ **Creative** ต้องมีนวัตกรรมในการสร้างให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเพื่อได้เปรียบทางการแข่งขัน
- ▶ **Creative** คือ กระบวนการ ดังนั้น ทรัพยากรต้องมีความยั่งยืน มากกว่าวัฒนธรรมที่จับต้องได้
- ▶ **Creative** มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา จึงไม่มีรูปแบบตายตัว ดังนั้นจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญ
- ▶ **Creative** สัมพันธ์ทั้งเศรษฐกิจและคุณค่า ดังนั้น กระบวนการต้องสร้างคุณค่าใหม่ๆ ใน
เหมาะกับยุคปัจจุบัน

ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว



- ▶ นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำด้วย เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน
- ▶ เน้นการมีส่วนร่วม และปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน
- ▶ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจผ่านประสบการณ์ที่เกิดขึ้น



ประเทศไทยกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- ▶ ปี 2551 มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (**Creative Economy**) จึงมีการเชื่อมแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- ▶ เกิดโครงการพัฒนา ห้างสรรพสินค้าผลิตภัณฑ์ และพัฒนาสู่การส่งเสริมนำวิถี ภูมิปัญญาดังกล่าวพัฒนาสู่การท่องเที่ยว

คำจำกัดความของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ดร.นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท ผอ. องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) หรือ อพท. ให้คำอธิบายถึง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับ

ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน

และเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้

เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม แลพบมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ ไม่ใช่ที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- ▶ **พฤติกรรมของ “นักท่องเที่ยว”** เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากการเน้นเพื่อความสุขในการได้รับบริการ เป็น การศึกษาหาความรู้ การเรียนรู้และความเข้าใจถึงความแตกต่างของสังคมมนุษย์และสิ่งแวดล้อม
- ▶ พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง จึงเกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวตามมาด้วย
- ▶ เป้าหมายของการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ นอกเหนือจากความสุขแล้ว ยังเป็นไปเพื่อรักษาเอกลักษณ์และวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชนนั้น สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- ▶ มิติทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความหลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - ▶ แต่ประเทศไทยยังคงถูกมองว่าเป็นการท่องเที่ยวราคาถูก
- ▶ ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยว จึงมุ่งเน้น การเพิ่มมูลค่าและพัฒนาการท่องเที่ยว โดย
 - ▶ เพิ่มมูลค่า พัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Tourism Destination Creative Design) ด้วยหลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

หลักการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของ UNESCO

- Interaction
 - Educational
 - Emotional
 - Social
- Participation
 - Involve



คุณลักษณะ 10 ประการของการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพัน
ระหว่างกัน

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม

มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของ
พื้นที่ที่ท่องเที่ยว

ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม

มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/
ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์

6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็น
ผู้ชม



7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพ
ในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วม
ในการตัดสินใจ



8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการ
ผลิตและผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง



9. จดจำประทับใจ, เข้าใจ



10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

▶ 1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึง ความยั่งยืน

- ▶ การอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง
- ▶ การวางแผนและการจัดการเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในแหล่งท่องเที่ยว
- ▶ คุณภาพของสิ่งแวดล้อมยังคงรักษาไว้ได้
- ▶ ยังคงรักษาความเป็นที่นิยมและสามารถทำการตลาดต่อไปได้
- ▶ ผลประโยชน์กระจายทุกภาคส่วน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

▶ 2.การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของที่

▶ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการมีส่วนร่วม

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

▶ 3. ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน

- ▶ การมีอัธยาศัยและมิตรไมตรี ให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือ จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

▶ Creative Tourism → Cultural based Tourism



Creativity-led Tourism



Traditional Cultural Tourism



นาวาอากาศเอก อธิคุณ คงมี

ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
หรือ อพท.

การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์

ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่
โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์
ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม วิถีชุมชนและ
เอกลักษณ์ของสถานที่ มีใช้กิจกรรมที่เน้นรายได้

แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน

ฝ่ามือสีน้ำตาลแดง :

การสร้างสรรค์

กำเนิดขึ้นจากมนุษย์ สี

น้ำตาลแดง คือสีแห่ง

ชีวิต

สีเขียว : ความสดใส

และความอุดมสมบูรณ์

ของธรรมชาติแบบป่าเขตร

ร้อน



นกสีทองที่ใจกลางฝ่า

มือ : นกทองรูปใบไม้

แสดงถึงการสร้างสรรค์

ที่ปรับเปลี่ยนธรรมชาติ

ด้วยวัฒนธรรมและ

ฝีมือมนุษย์ สีทอง คือ

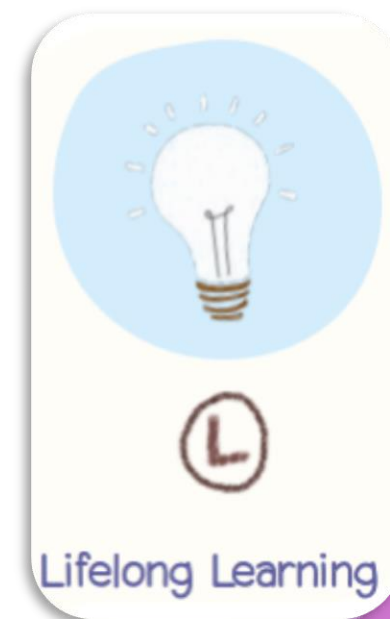
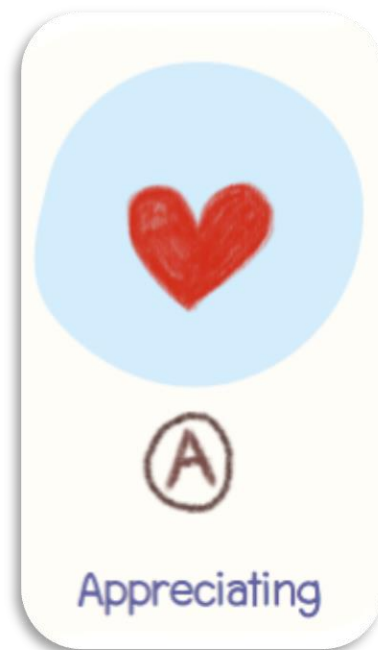
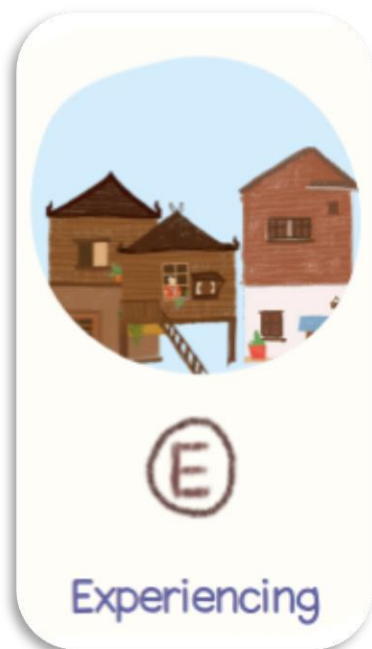
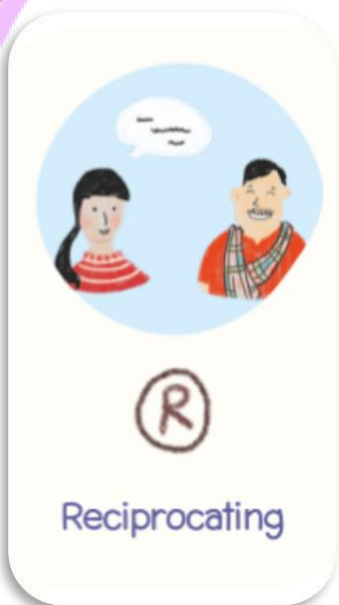
ความมั่งคั่ง

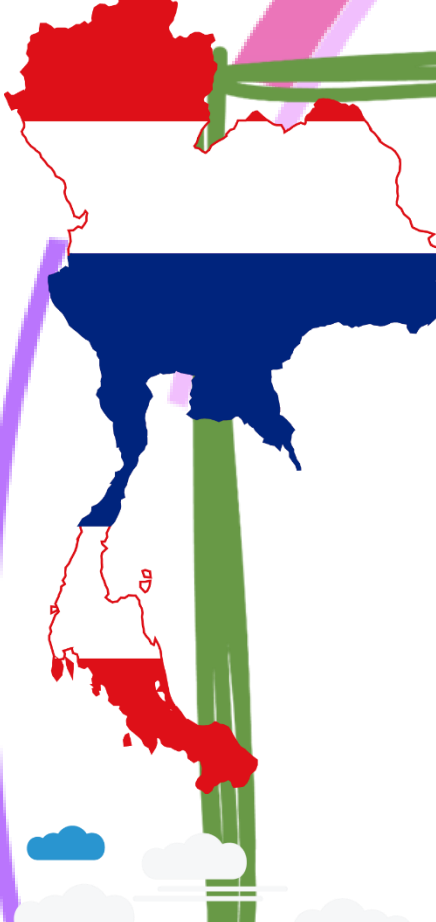
สรุป : Creative Tourism Thailand คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน ผ่านประสบการณ์ตรง เพื่อความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อความสมดุลย์ในเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย



ค้นหารูปแบบเพื่อสร้างองค์ความรู้และสร้างเครือข่ายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือให้ชุมชนได้มีโอกาสในการใช้สิทธิเป็นเจ้าของพื้นที่ เจ้าของวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อกำหนดทิศทางและสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง พร้อมกับสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนได้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อชุมชน





ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. ชุมชนใช้ชีวิตตามปกติ
2. ชุมชนรักษาความเป็นตัวตน
3. อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ต่างไปจากที่อื่น แต่ยังดึงดูดได้
4. เกิดความสัมพันธ์และผูกพันระหว่าง นทท. และเจ้าบ้าน
5. เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว
6. เดินทางได้ตลอดทั้งปี
7. เน้นการเรียนรู้ ประสบการณ์ และนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานใหม่



แนวคิดการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ที่มา: คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรม
ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดย อพท.



$\neq$

CREATIVE
TOURISM



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพัน และประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น และนำมาซึ่งความเชื่อมโยงกับผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ และเป็นผู้รังสรรค์วัฒนธรรมที่มีชีวิตนั้น”

อพท. ได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Tourism” ซึ่งได้กำหนดขอบเขตไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” หมายถึง “การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เพื่อสร้างประสบการณ์ตรง ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นสำคัญ”

กิจกรรมที่สร้างจากทักษะ
ภูมิปัญญา ศิลปะ วิถีชีวิต
การดำรงชีวิต ในชุมชน
หรือสิ่งที่ทำอยู่เป็นประจำ
ในการดำรงชีวิต มา
สร้างสรรค์เพื่อสร้างสรรค์
ประสบการณ์ให้กับ
นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์





การสำรวจ ทุนวัฒนธรรม

01

ใคร คือ คนที่มีทักษะด้าน
ศิลปะในชุมชน

02

พื้นที่การทำกิจกรรมรองรับ
นักท่องเที่ยวเพียงพอหรือไม่

03

อะไร คือ ทุนวัฒนธรรมในพื้นที่
(ทักษะ ภูมิปัญญา ศิลปะหัตถกรรม ฯลฯ)



หลักเกณฑ์พื้นฐานในการสร้าง
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การจัดการที่มุ่งเน้นการมี
ส่วนร่วมของคนท้องถิ่น



คนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการ
ดำเนินการ หรือ มีโอกาสให้
บริหาร หรือ อยู่ในห่วงโซ่หนึ่งของการ
จัดการ





การจัดการที่สร้าง
ผลประโยชน์ให้ชุมชน

กิจกรรมที่ส่งผลประโยชน์ไม่ว่าทั้ง
ทางตรงหรืออ้อม ด้านใดด้านหนึ่ง
แก่ชุมชน

มีการคำนึงถึงด้านสุขภาพ
และความปลอดภัย



กิจกรรมต่างๆ ที่มีความเสี่ยงใน
การบาดเจ็บหรืออันตราย ควรมี
การเพิ่มความระมัดระวัง





เป็นกิจกรรมที่ไม่ทารุณสัตว์

กิจกรรมที่เป็นการบังคับสัตว์ แม้ว่า
เป็นวิธีดั้งเดิม อาจเป็นกิจกรรมที่
ไม่ได้รับการสนับสนุน



เกณฑ์พัฒนากิจกรรมการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

01

กิจกรรมถูกออกแบบมาจากพื้นฐานทฤษฎีวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

02

มีปราชญ์/ศิลปิน หรือคนเล่าเรื่องที่สามารถออกแบบเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจและเกิดความดึงดูด ความน่าสนใจในการเรียนรู้และสร้างสรรค์ผลงาน

03

การออกแบบกิจกรรมเป็นการเรียนรู้จากผู้รู้ที่มีประสบการณ์จริง ได้ร่วมทำจริง ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และได้ความสนุก

04

มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ได้มีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรม ได้ลงมือปฏิบัติร่วมกันระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้านหรือศิลปิน

05

กิจกรรมออกแบบโดยใช้ประสาทสัมผัสได้อย่างเด่นชัด (มีสุนทรียภาพขณะการทำกิจกรรม) เช่น รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และ (ใจ) จิตวิญญาณ

06

สถานที่จัดกิจกรรมมีการออกแบบไว้อย่างเหมาะสมกับการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์ผลงาน

07

กิจกรรมถูกออกแบบไว้ให้มีความไหลลื่นสามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และสุนทรียภาพ

08

การออกแบบกิจกรรมเปิดโอกาสให้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานของตัวเอง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจจะถึงขั้นสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทั้งผู้มาเยือนและเจ้าบ้านหรือศิลปิน

09

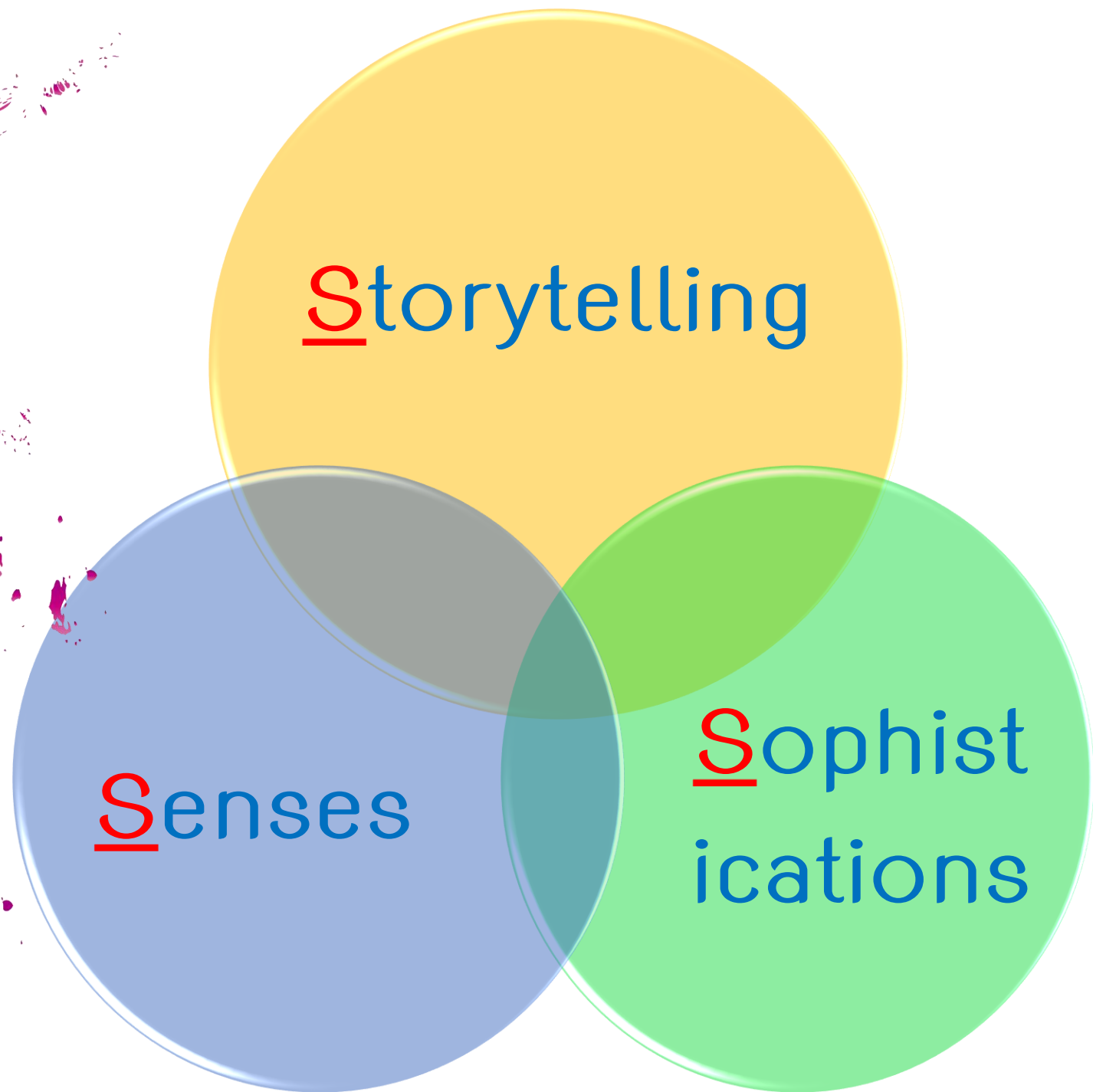
นักออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีศักยภาพในการสร้างแบรนด์ให้แตกต่างทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์

10

นักออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความพร้อมในการสื่อสารกิจกรรมได้อย่างสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง (ความคิดสร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่ง)



กระบวนการออกแบบการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



Storytelling



01
STEP

กิจกรรมสร้างขึ้นจาก
ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น

มีบุคคลที่สามารถออกแบบ
สร้างแรงจูงใจและดึงดูดได้

02
STEP



Senses



01
STEP

กิจกรรมได้ฟังเพื่อเรียนรู้
จากผู้รู้

มีส่วนร่วมกันระหว่างเจ้าของ
บ้านและนักท่องเที่ยว

02
STEP

03
STEP

กิจกรรมออกแบบโดยใช้
ประสามัมผัสทั้ง 5

สถานที่เหมาะสำหรับ
แลกเปลี่ยน เรียนรู้

04
STEP

Sophistications



01
STEP

กิจกรรมสามารถกระตุ้น
ความคิดสร้างสรรค์ได้

กิจกรรมเปิดโอกาสพัฒนา
ศักยภาพ

02
STEP

03
STEP

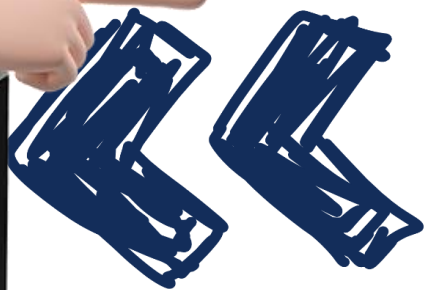
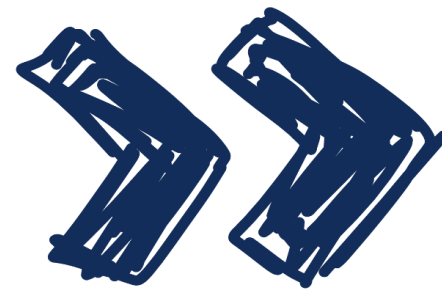
นักออกแบบกิจกรรมต้องมี
ศักยภาพสร้างความแตกต่าง
ของกิจกรรม

นักกิจกรรมมีความพร้อมในการ
PR และ สร้างสรรค์ต่อไป

04
STEP



แผนการพัฒนากิจการกรม ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



แผนการ
พัฒนาตนเอง

เรื่องราว

อรรถรส

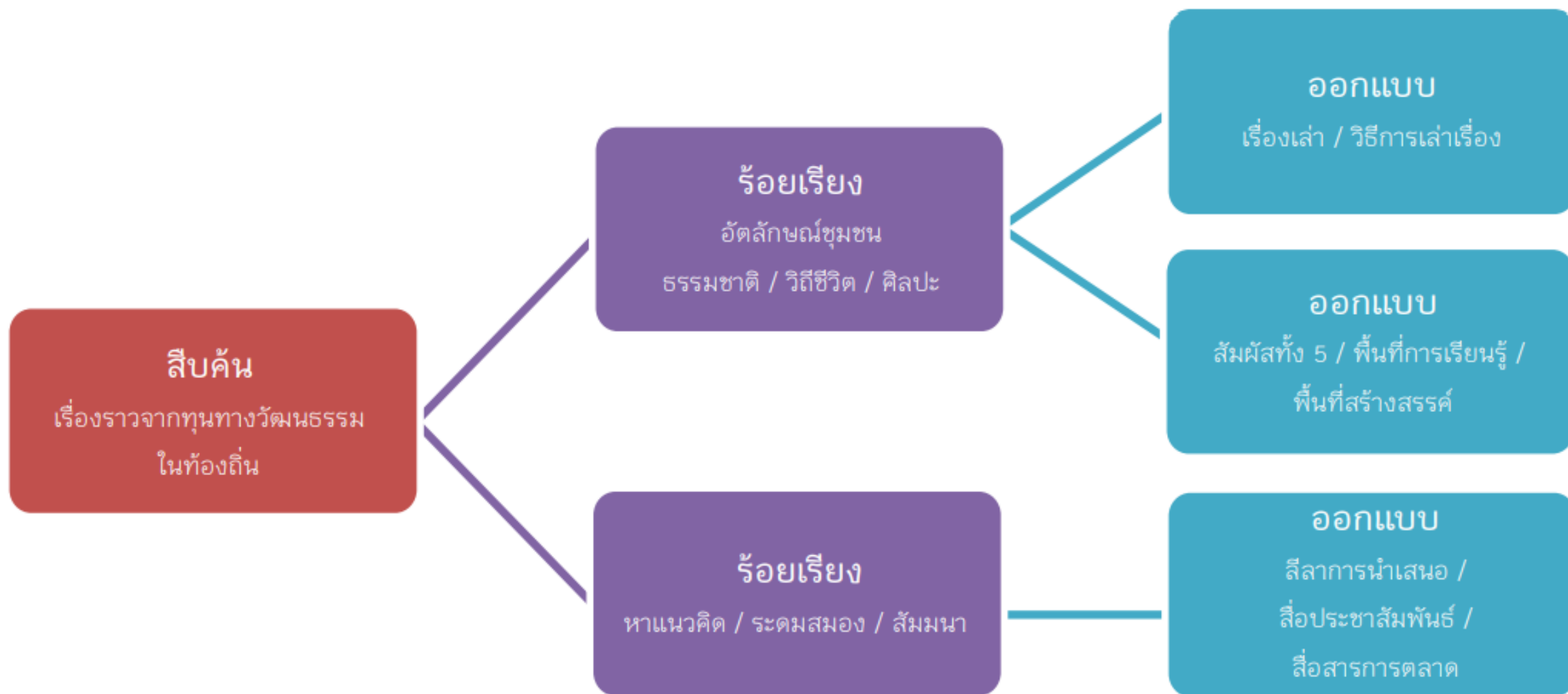
ลีลาในการ
นำเสนอ

ทุนวัฒนธรรมที่ต้องการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยน โดยต้อง
คำนึงถึงทักษะ ความรู้ที่มี หรือบุคคลที่สามารถช่วยได้

ต้องหาข้อมูลหรือเรื่องราวที่สามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรม
สร้างสรรค์ที่ออกแบบขึ้น

ประสบการณ์จากสัมผัสทั้ง 5 ที่นักท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งหมาย
รวมถึงลักษณะและรูปแบบกิจกรรมที่ทำเป็นอย่างไร รวมทั้ง
สภาพแวดล้อมของพื้นที่บริเวณที่ทำกิจกรรมด้วย

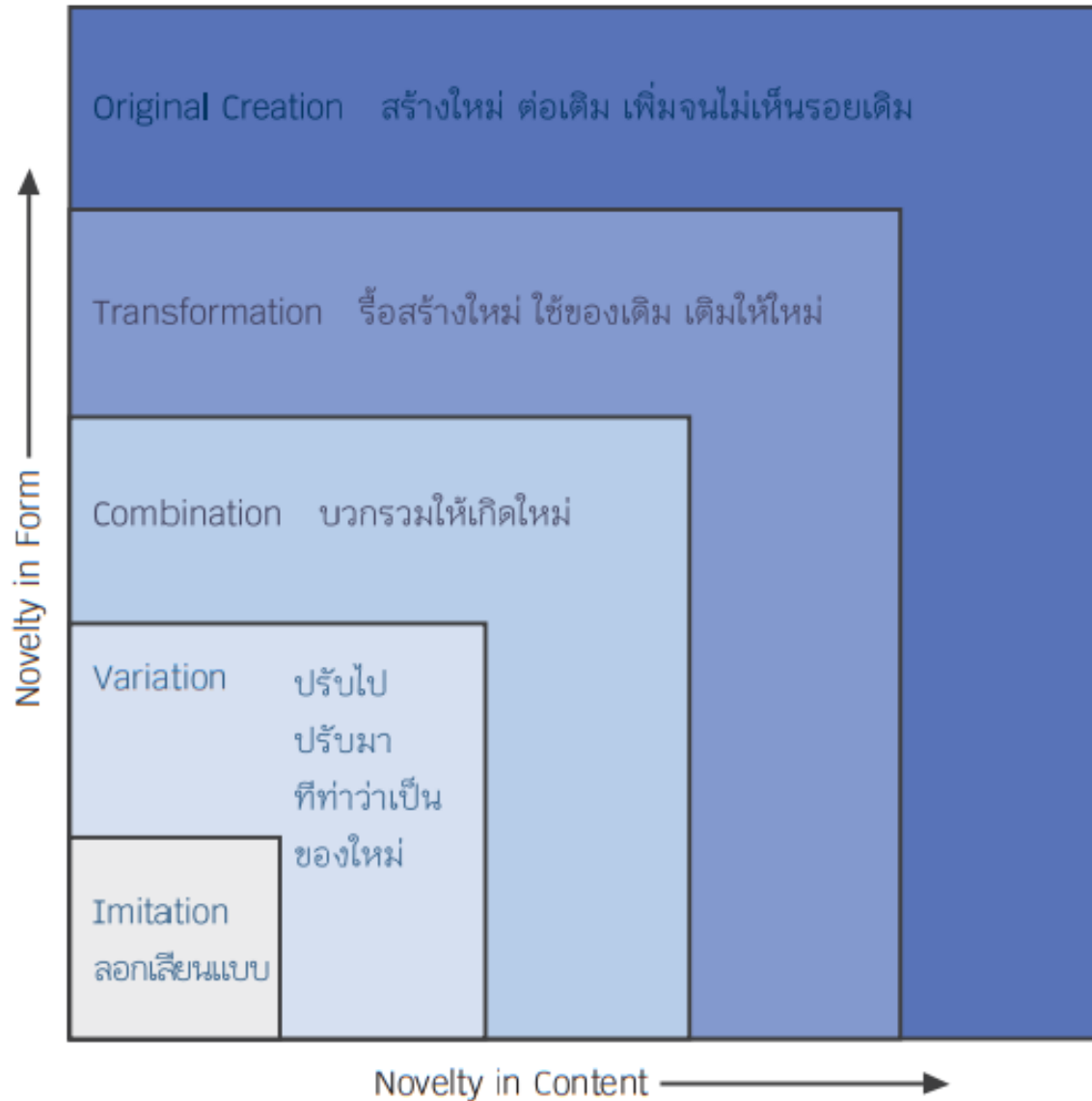
เทคนิคในการนำเสนอ โดยอาจสร้างความแตกต่างไปจาก
ต้นฉบับของทุนวัฒนธรรมเดิม หรืออาจปรับเปลี่ยนวัสดุหรือ
ชิ้นงานให้สอดคล้องกับปัจจุบัน เพื่อดึงดูดและน่าสนใจมากขึ้น



Taxonomy of Creative Design

Activat
Go to Set

Peter Nilsons, 2011



คำจำกัดความ
การออกแบบ
สร้างสรรค์

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา: คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดย กรมการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การต่อยอดจากทุนวัฒนธรรมเดิม

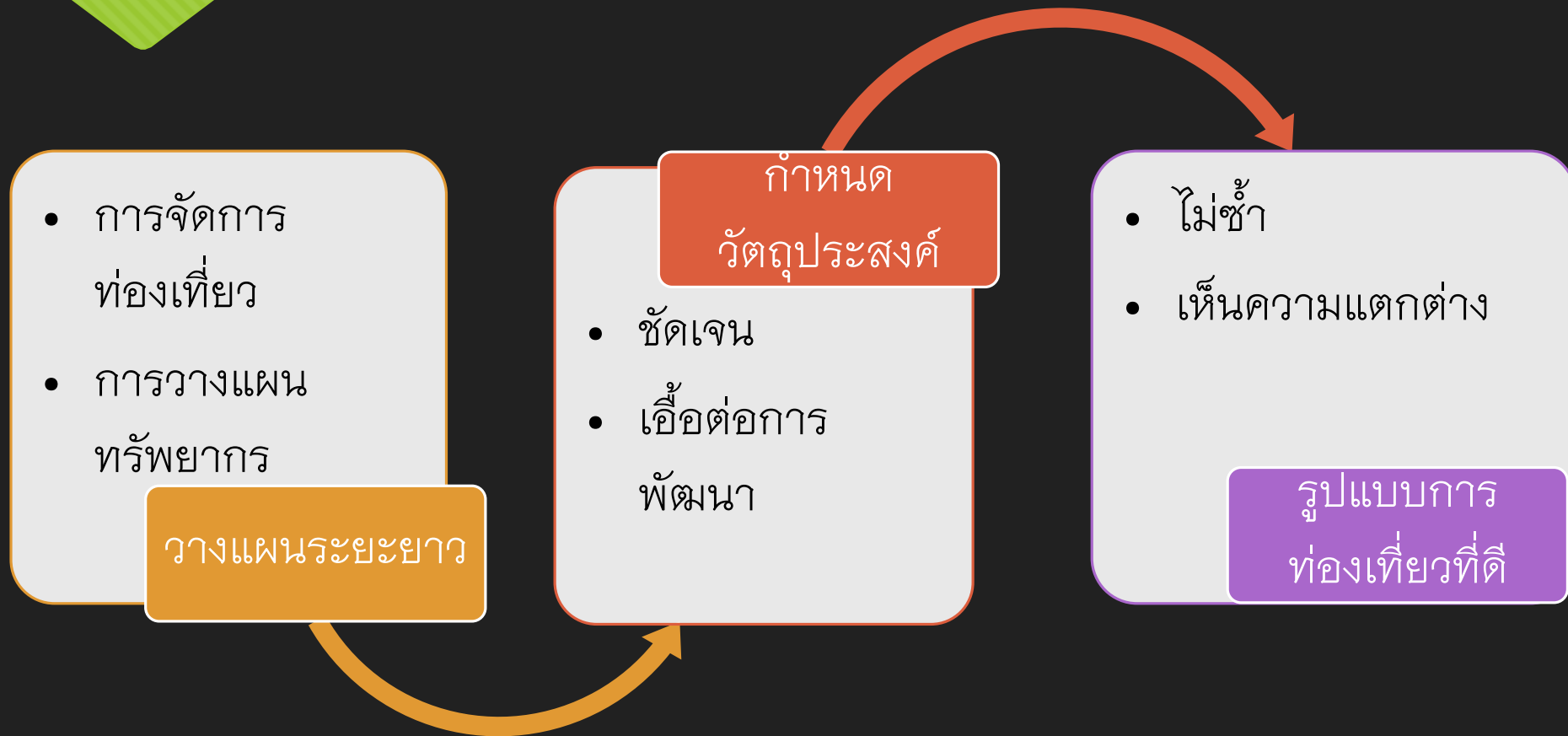
เน้นการมีส่วนร่วม + ประสบการณ์จริง ผ่านการเรียนรู้ และการมีปฏิสัมพันธ์กับ
ชุมชน

การสร้างแตกต่างจากความคิดเชิงสร้างสรรค์ + พัฒนาให้เกิดความแปลก
ใหม่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่

ปัจจัยความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ปัจจัยความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ปัจจัยความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ปัจจัยความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- ผู้นำ – วิสัยทัศน์ + ทักษะผู้นำ
- ทีมงานต้องมุ่งมั่น

ผู้นำที่เข้มแข็งและ
ทีมงานที่ดี

การเมือง

- ต้องได้รับการสนับสนุนจาก
การเมือง



Model of Creative Tourism Destination Management

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว

1. ทริพยากรท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ความโดดเด่นของทริพยากร

- ความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของทริพยากร
- ความเป็นหนึ่งเดียว
- ความจริงแท้และดั้งเดิม

2. การมีส่วนร่วมของเจ้าของแหล่งหรือเจ้าของทริพยากรการท่องเที่ยว

- ความต่างของวัฒนธรรม
- ความร่วมมือและการมีส่วนร่วม

3. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่จะได้รับ

- การจัดการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์
- สร้างความจดจำและประทับใจ

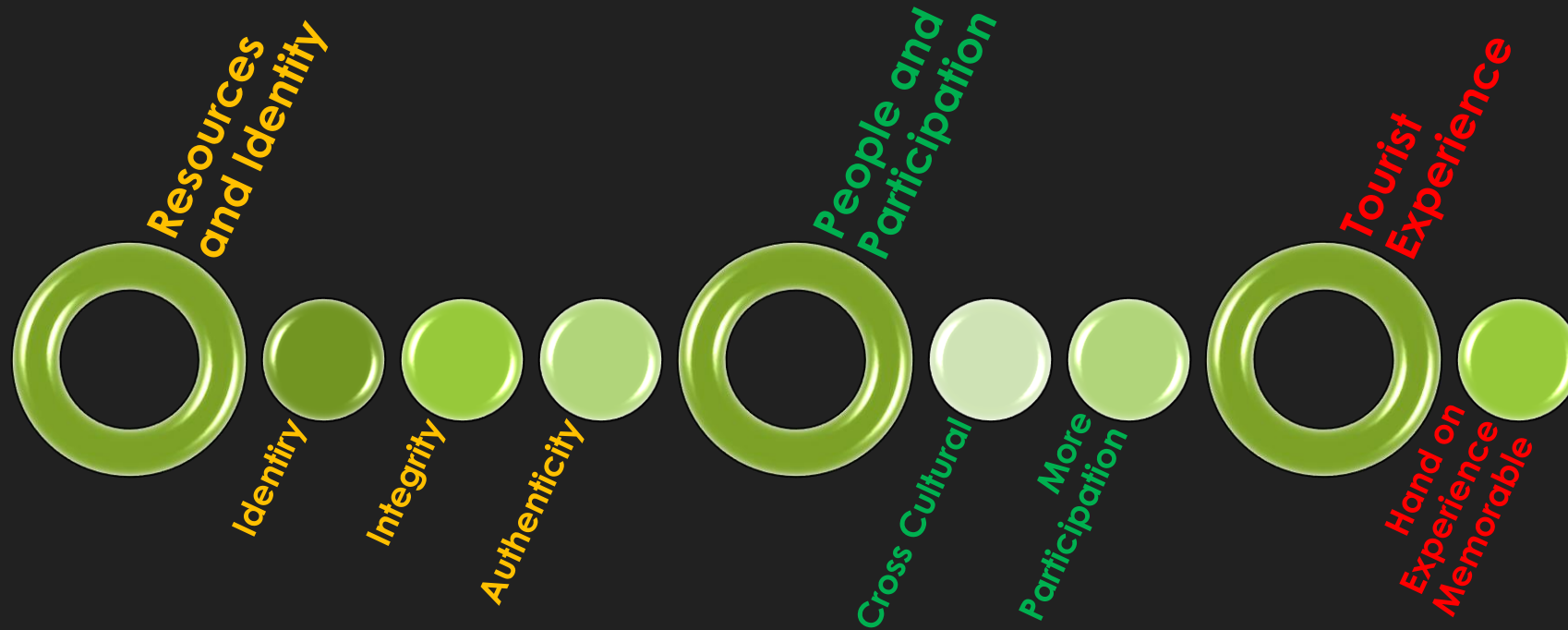
ความสมดุล

ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรสร้างสมดุลใน 2 มิติ คือ มิติของการมุ่งตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และมิติของเจ้าบ้านหรือเจ้าของทริพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความสมดุลของการพัฒนาทั้งสองส่วน

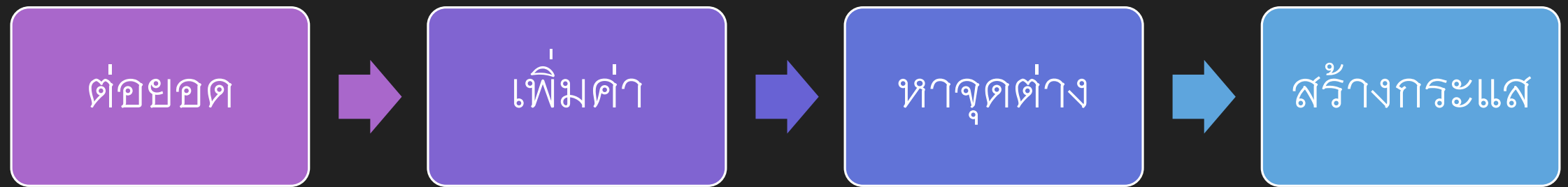
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าบ้านหรือเจ้าของทริพยากรการท่องเที่ยว

- การบริหารจัดการบนฐานหลักธรรมาภิบาล และเป็นธรรม คือ การจัดการผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และยึดหลักความพอเพียงโดยอาศัยกฎ กติการ่วมกัน
- ผู้นำที่เข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์
- การมีส่วนร่วมของภาคีทุกภาคส่วน

องค์ประกอบของการบริการจัดการแหล่งในมิติให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว



แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



1. ขั้นการต่อยอด – วิเคราะห์ทุนและความโดดเด่นของแหล่ง ท่องเที่ยว

(สำรวจ – วิเคราะห์ – ประเมิน)



ทรัพยากรท่องเที่ยว
ทางธรรมชาติ

วิเคราะห์ **ทุน**

ทรัพยากรท่องเที่ยว
ที่มนุษย์สร้างขึ้น



ขั้นตอนการวิเคราะห์ทุนทรัพยากรทางการท่องเที่ยว



สำรวจ ค้นหา
ศักยภาพ

1



จัดประเภท/
จัดกลุ่ม

2



ประเมินความ
โดดเด่น

3



ลำดับความ
โดดเด่น

4



คัดเลือกและ
ประเมินความ
เป็นไปได้

5



วางแผน
พัฒนาการ
ท่องเที่ยว

6

Identity – Integrity – Authenticity

2. ขั้นการเพิ่มค่า – การท่องเที่ยวเชิงคุณค่าจากประสบการณ์การท่องเที่ยว

ออกแบบประสบการณ์นักท่องเที่ยว = เพิ่มคุณค่า



กิจกรรม
ท่องเที่ยว



รูปแบบการ
ให้บริการ



การออกแบบ
ประสบการณ์
การท่องเที่ยว

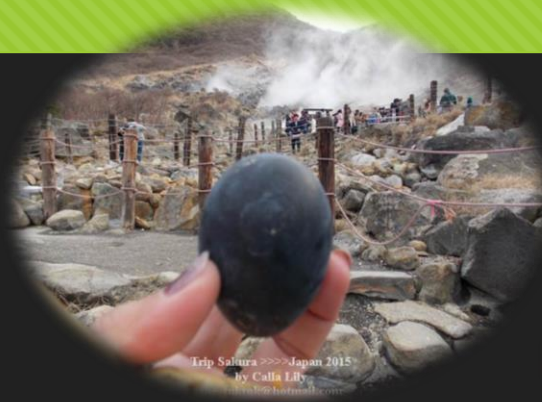
รูปแบบการสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านนักท่องเที่ยว



รูปแบบการสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยว



รูปแบบการสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยว



รูปแบบการสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านนักท่องเที่ยว



3. ขั้นตอนการหาจุดต่าง – สร้างสรรค์อัตลักษณ์ = ประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร



4. ขั้นตอนการสร้างกระแสของการท่องเที่ยว – การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว

นทท.
เฉพาะ

- สื่อสารข้อมูลเชิงลึก

นทท.
ทั่วไป

- สื่อสารภาพรวม

“ความเป็นอัตลักษณ์ – ประสบการณ์ – ความประทับใจในการมีส่วนร่วม”

5 ขั้นตอนในการสร้างกระแสของการท่องเที่ยว



กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Creative Tourism ของ เมือง Santa Fe





หมู่บ้าน Aswan
Nubian
ที่ Egypt



แนวคิดในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โดย อพท.

01

กิจกรรมถูกออกแบบมาจากพื้นฐานกองทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

02

มีปราชญ์/ศิลปิน หรือคนเล่าเรื่องที่สามารถออกแบบเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจและเกิดความดึงดูด ความน่าสนใจในการเรียนรู้และสร้างสรรค์ผลงาน

03

การออกแบบกิจกรรมเป็นการเรียนรู้จากผู้รู้ที่มีประสบการณ์จริง ได้ร่วมทำจริง ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และได้ความสนุก

04

มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ได้มีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรม ได้ลงมือปฏิบัติร่วมกันระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้านหรือศิลปิน

05

กิจกรรมออกแบบโดยใช้ประสาทสัมผัสได้อย่างเด่นชัด (มีสุนทรียภาพขณะการทำกิจกรรม) เช่น รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และ (ใจ) จิตวิญญาณ

06

สถานที่จัดกิจกรรมมีการออกแบบไว้อย่างเหมาะสมกับการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์ผลงาน

07

กิจกรรมถูกออกแบบไว้ให้มีความไหลลื่นสามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และสุนทรียภาพ

08

การออกแบบกิจกรรมเปิดโอกาสให้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานของตัวเอง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจจะถึงขั้นสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทั้งผู้มาเยือนและเจ้าบ้านหรือศิลปิน

09

นักออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีศักยภาพในการสร้างแบรนด์ให้แตกต่างทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์

10

นักออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความพร้อมในการสื่อสารกิจกรรมได้อย่างสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง (ความคิดสร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่ง)

นักสื่อความหมาย

การสื่อความหมาย

- การถ่ายทอดข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิคที่ทำให้เข้าใจง่าย และให้นักท่องเที่ยวซาบซึ้งและภูมิใจในเอกลักษณ์ของพื้นที่

ความสำคัญของการสื่อความหมาย

- กระตุ้นและปลุกเร้าให้นักท่องเที่ยวสนใจ
- เกิดความสัมพันธ์กับสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นและเกิดความใคร่รู้และต้องการสร้างประสบการณ์ส่วนตัวในแหล่งท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจอย่างแท้จริงภายในแหล่งท่องเที่ยว

เป้าหมายของการสื่อความหมาย

- กระตุ้นและปลุกเร้าให้นักท่องเที่ยวสนใจ
- เกิดความสัมพันธ์กับสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นและเกิดความใคร่รู้และต้องการสร้างประสบการณ์ส่วนตัวในแหล่งท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจอย่างแท้จริงภายในแหล่งท่องเที่ยว

กระบวนการสื่อความหมาย

สิ่งที่ต้องการจะสื่อ



วัตถุประสงค์

- ความรู้
- ความปลอดภัย
- ความเข้าใจ
- ความสนุก
- ปฏิบัติตาม
- อื่น ๆ

เทคนิคและกระบวนการ

- ใช้คน
- ใช้สื่อ
- แผ่นพับ
- แผ่นป้าย
- วิดีโอ
- อื่น ๆ

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

- นักเรียน
- ศึกษาดูงาน
- ชาวต่างชาติ
- ผู้สูงอายุ
- ครอบครัว
- วัยรุ่น
- อื่น ๆ

ประโยชน์ของการสื่อความหมาย

- เพิ่มประสิทธิภาพ
- สร้างความตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- เข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว
- ลดต้นทุนในการจัดการและการบูรณะ
- เจ้าของที่ภาคภูมิใจ ขณะที่นักท่องเที่ยวได้ความเพลิดเพลิน

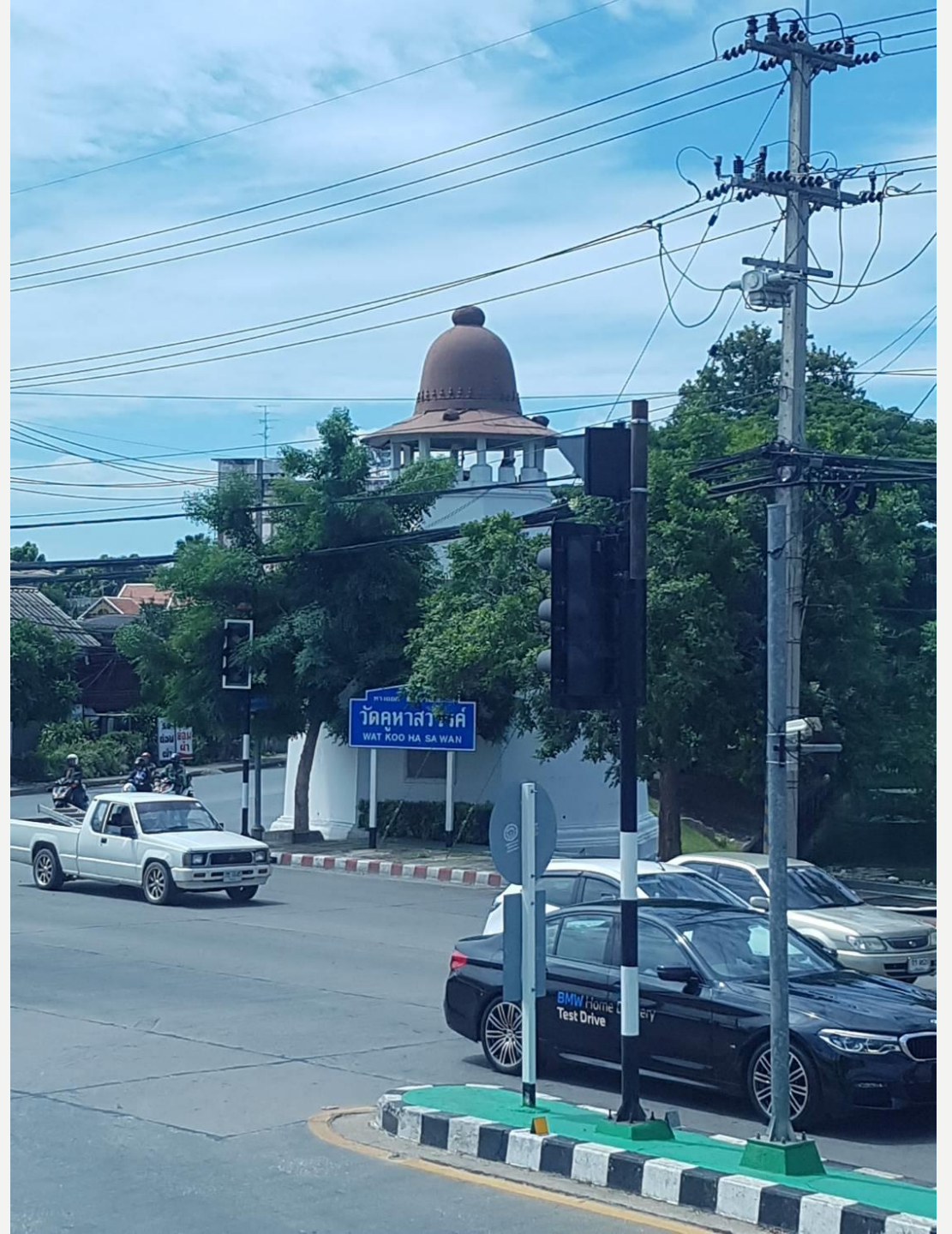
ประโยชน์ของการสื่อความหมาย

- สร้างความเข้าใจอันดีต่อพื้นที่
- ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่จำเป็นในพื้นที่นั้น
- เพิ่มและกระจายรายได้ให้กับพื้นที่
- สร้างงาน
- เพิ่มระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากขึ้นเพื่อสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้

ประโยชน์ของการสื่อความหมาย

- เพิ่มคุณค่าให้แหล่งท่องเที่ยว
- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล
- กระตุ้นการเที่ยวซ้ำ







STARBUCKS[®] DELIVERS



FOR ALL
OCCASIONS

*เฉพาะสาขาที่ร่วมรายการ ตรวจสอบได้ที่ผู้ให้บริการจัดส่ง

STARBUCKS[®] CARES



HOURLY
SANITIZATION
&
ALCOHOL GEL
AVAILABLE



TO-GO
SERVEWARES ONLY



BY
REQUEST

CASHLESS
MOBILE APP
PAYMENT



KEEP A SAFE DISTANCE



STARBUCKS[®]
DELIVERS



Selected products and stores.

© 2020 Starbucks Coffee Company. All rights reserved. Printed in Thailand.



สื่อที่ใช้ในการสื่อความหมาย

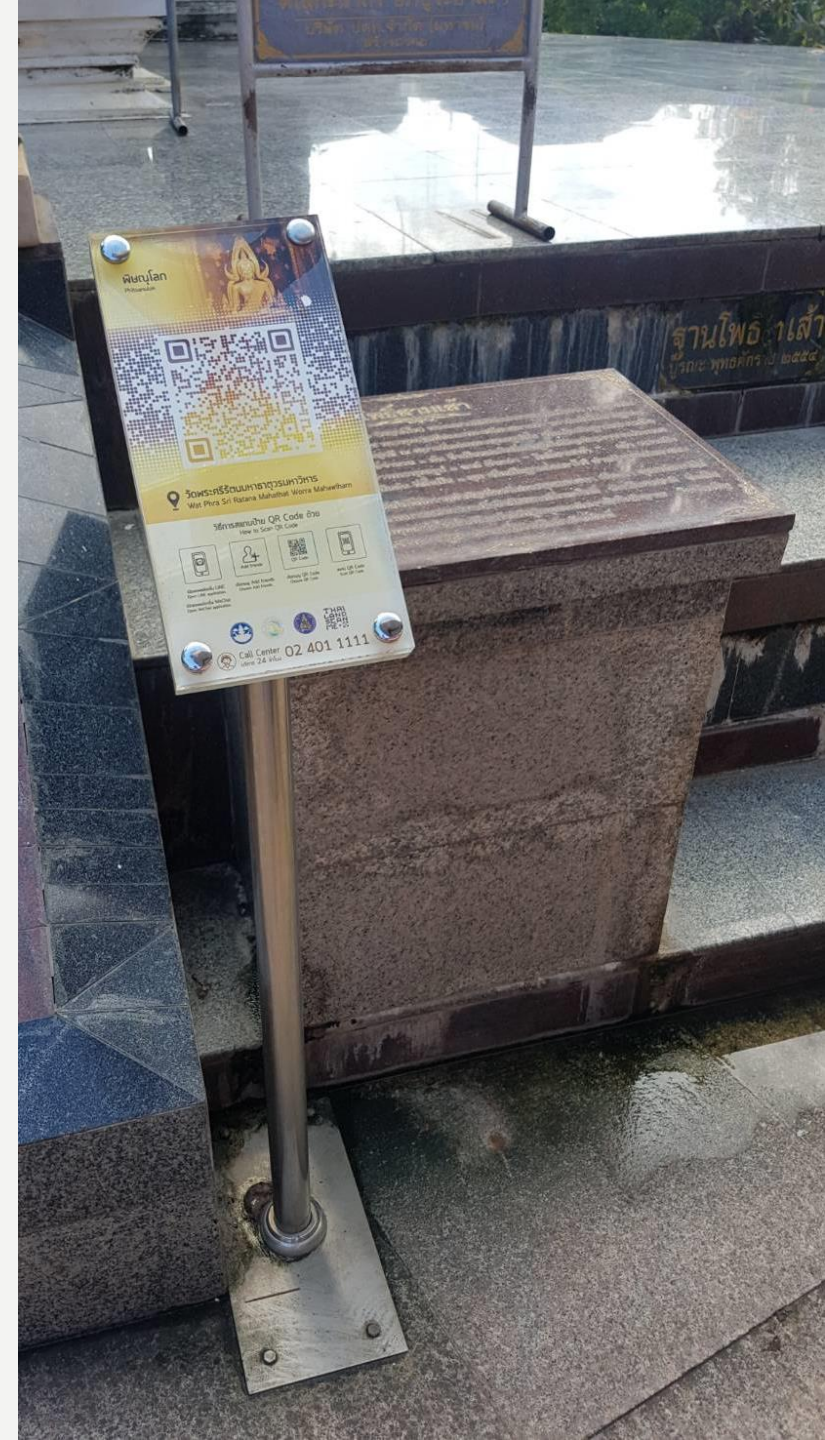
- ศูนย์บริการข้อมูล



- แผนที่ข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว



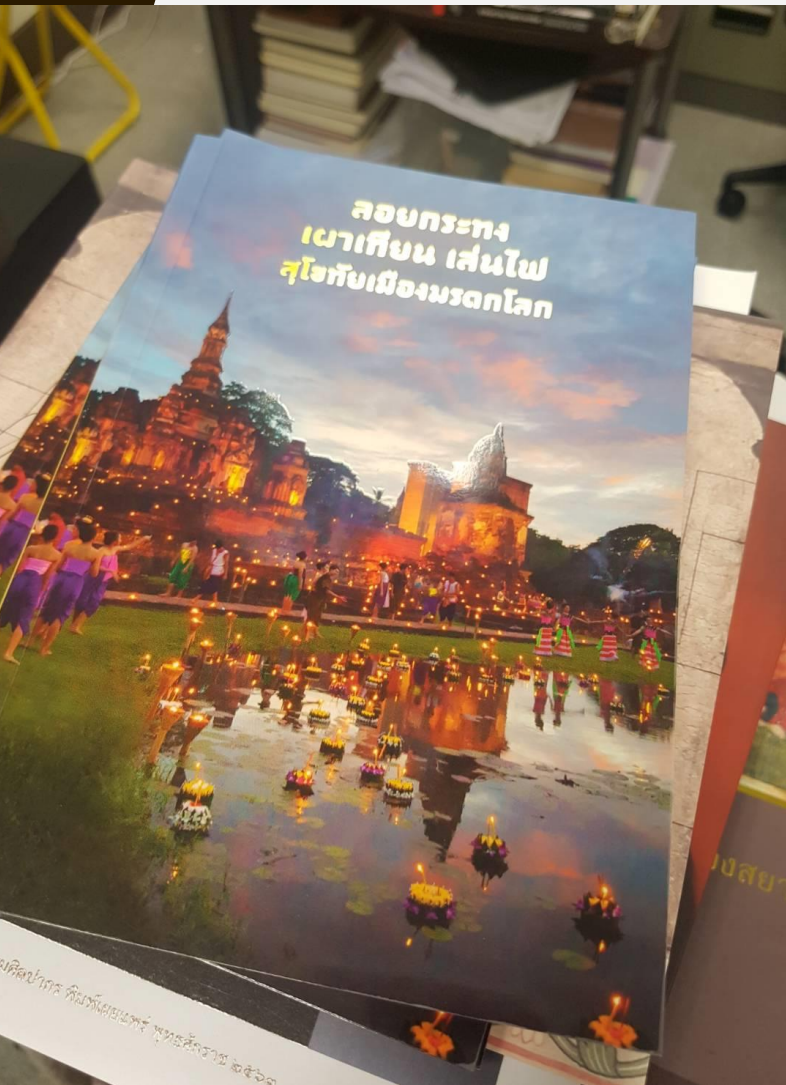
- ป้ายสื่อความหมายและ QR Code



- การจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับชุมชน



- หนังสือคู่มือแหล่งท่องเที่ยว หรือแผ่นพับ



- นักสื่อความหมาย



การออกแบบประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว



สิ่งกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

- การรับรู้เชิงความหมายของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
- การรับรู้คุณค่าการได้สัมผัสชุมชนอย่างแท้จริง
- การรับรู้ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว
- การรับรู้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่

สิ่งกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

- การสร้างความสัมพันธ์กับสังคม
- การต้อนรับที่ดีของชุมชนท้องถิ่น
- ประสบการณ์ที่น่าประหลาดและไม่คาดคิด
- ความเป็นมืออาชีพในการเป็นนักสื่อความหมาย

สิ่งที่ต้องคำนึงในการสื่อความหมาย

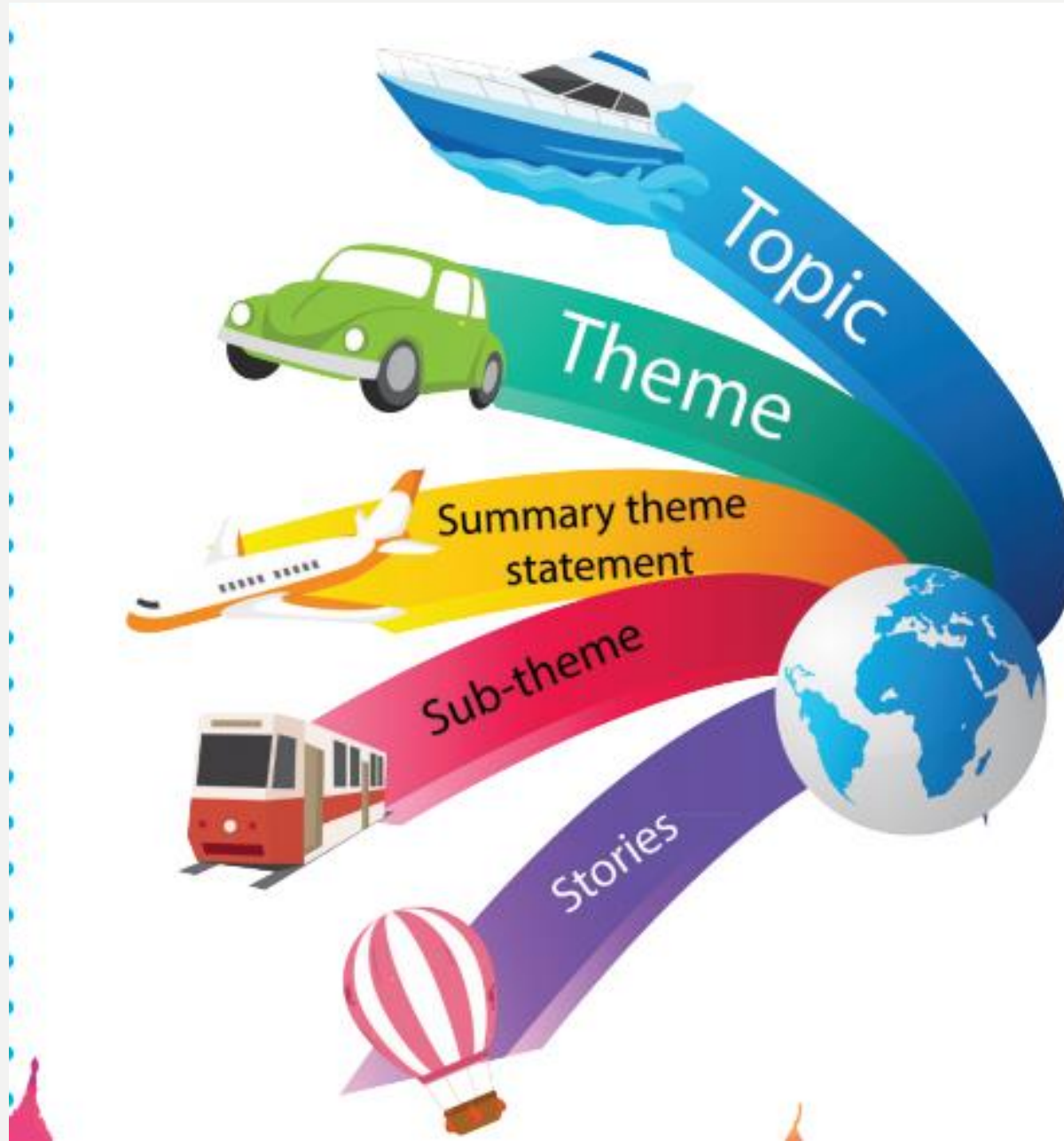


หัวใจนักสื่อความหมาย



เทคนิคการสื่อความหมาย

องค์ประกอบเนื้อหาในการสื่อความหมาย



หลักในการพัฒนาเนื้อหาในการสื่อความหมาย

- ศึกษารายละเอียดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
- ตั้งคำถามถึงความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว
- ค้นหาข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ
- ระบุนัยเรื่องใจความสำคัญ ซึ่งอาจนำเสนอด้วยแนวคิดสากล
- เลือกแนวคิด ประเด็น และเนื้อหาที่สำคัญที่ผู้สื่อสารต้องการจะสื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้
- เขียนนัยเรื่องใจความสำคัญให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

ตัวอย่างเค้าโครงเนื้อเรื่อง

อ้างอิง คู่มือนักสื่อความหมายของ อพท.

1. ข้อมูลชุมชน/ตำบล/อำเภอ/จังหวัด

- 1.1. ประวัติการก่อตั้ง
- 1.2. จำนวนองค์ประกอบหน่วยย่อย
- 1.3. อาณาเขต
- 1.4. ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ
- 1.5. ประชากร จำนวน อายุ การศึกษา การนับถือศาสนา
- 1.6. การประกอบอาชีพ
- 1.7. ประเพณี วัฒนธรรม
- 1.8. ของขึ้นชื่อ ของฝาก

2. วัด/โบราณสถาน/สถานที่สำคัญ

- 2.1. สถานที่ตั้ง
- 2.2. วัตถุประสงค์การก่อสร้าง
- 2.3. ประวัติ/ตำนานการก่อสร้าง
- 2.4. สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ และลักษณะที่น่าสนใจของสิ่งก่อสร้าง
- 2.5. วัตถุน่าสนใจที่อยู่ในโบราณสถาน และลักษณะที่น่าสนใจของวัตถุ
- 2.6. พิธีกรรมและกิจกรรมที่จัดในวัด/โบราณสถาน
- 2.7. ความเชื่อ/ตำนานเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์
- 2.8. ระเบียบปฏิบัติและข้อห้าม

3. พระพุทธรูปสำคัญ

- 3.1. สถานที่ประดิษฐาน
- 3.2. ประวัติ/ตำนาน/ความสำคัญ
- 3.3. พุทธลักษณะ
- 3.4. วัสดุที่ใช้ในการสร้าง
- 3.5. พิธีกรรม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 3.6. ความเชื่อ/ตำนานเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์
- 3.7. ระเบียบปฏิบัติและข้อห้าม

4. บุคคลสำคัญ

- 4.1. การเกิด วันเดือนปี-สถานที่-เหตุการณ์สำคัญ
- 4.2. พ่อแม่ พี่น้อง
- 4.3. ชีวิตวัยเด็ก การเรียน
- 4.4. หน้าที่การงาน
- 4.5. ผลงานที่สำคัญ/ความชำนาญ
- 4.6. ชีวิตบั้นปลาย
- 4.7. การเชิดชูเกียรติคุณ การสร้างอนุสรณ์ การระลึกถึง

5. ประเพณีสำคัญ

- 5.1. ตำนานความเชื่อเกี่ยวกับประเพณี
- 5.2. ที่มาของประเพณี สืบเนื่องจาก-สภาพภูมิประเทศ วิถีชีวิต อาชีพ วัฒนธรรมต่างดาว
- 5.3. ช่วงเวลาในการจัด การเริ่มจัดครั้งแรก วิวัฒนาการจัดการงาน การเปลี่ยนแปลงช่วงจัดงาน
- 5.4. กิจกรรม/สินค้า/สิ่งของในเทศกาลที่พลาดไม่ได้

6. อาหารพื้นถิ่น

- 6.1. ตำนาน/ที่มา (ถ้ามี)
- 6.2. ความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต—อาหารในชีวิตประจำวัน พิธีกรรม เทศกาล ความเชื่อในตำนาน
- 6.3. ความโดดเด่นของอาหาร
- 6.4. วัตถุดิบสำคัญ
- 6.5. ลำดับขั้นตอนการปรุง
- 6.6. สถานที่/เทศกาลที่จะสามารถหากิน/ชิมได้

7. ผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก ของที่ระลึก

- 7.1. ตำนาน/ที่มา (ถ้ามี)
- 7.2. ความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต —อาหารในชีวิตประจำวัน พิธีกรรม เทศกาล ความเชื่อในตำนาน
- 7.3. ความโดดเด่นของของฝาก
- 7.4. วัตถุดิบ
- 7.5. ลำดับขั้นตอนการทำ
- 7.6. สถานที่ที่จะหาซื้อได้

8. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

- 8.1. สภาพภูมิประเทศ
- 8.2. การบุกเบิก ค้นพบ
- 8.3. ประโยชน์ของแหล่งฯ ต่อชุมชน
- 8.4. การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
- 8.5. สถานที่ที่น่าสนใจ
- 8.6. กิจกรรมที่ห้ามพลาด
- 8.7. ระเบียบปฏิบัติและข้อห้าม

5WS + 1H



ตื่นเต้น

I'm so excited.



กลมกลืน



จับใจ

การนำชมแหล่งท่องเที่ยว

- ก่อนนำชม

- ประเมินนิเทศ
- ความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยว
- กระตุ้นให้เกิดความสงสัย
- เตรียมหัวข้อสื่อสารที่หลากหลาย

การนำชมแหล่งท่องเที่ยว

- ระหว่างนำชม
 - สร้างกิจกรรม
 - สร้าง Highlight
 - ทำให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวเป็นเฉพาะรายบุคคล
 - เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ริเริ่ม

การนำชมแหล่งท่องเที่ยว

หลังนำชม

- ประเมิน
- แนะนำจุดสนใจอื่นๆ
- ให้ข้อมูลจุดที่เป็นปลายทาง

ข้อควรปฏิบัติ

- น้ำเสียงชัดเจน มีจังหวะ
- ระเบิดระว่างคำพูด
- ควรใช้ภาษาที่ถูกต้อง
- คอยสังเกตลูกค้า
- ระเบิดระว่างคำสองแง่สองง่าม
- อธิบายเรื่องราวต่างๆได้อย่างน่าสนใจ