รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนโดยชุมชน
Sustainable community-based creative tourism model

พรฟ้า สุทธิคุณ* และประกอบ ใจมั่น
Pornfar Sutthikhun* And Prakob jaimun

Received: 27 February 2023, Revised: 26 June 2024, Accepted: 26 June 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนโดยชุมชน ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีเป้าหมายอยู่ที่การอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ภายใต้เงื่อนไขนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล ซึ่งในปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องมีการส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว จึงเกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวร่วมกัน เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์จึงมีโอกาสที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนโดยชุมชน พบว่าประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนโดยชุมชนที่มีแบบแผนที่ชัดเจน ในการสร้างองค์ความรู้เพื่อการจัดการท่องเที่ยวแบบใหม่ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้ให้กับชุมชน นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

This article presents about the community-based sustainable creative tourism model. which is a community-based tourism management The goal is to co-exist with natural resources sustainably. Under the terms of the government's tourism policy At present, the behavior of tourists has changed. Tourists need to be more involved in tourism activities. together with the problem of tourism

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

resource management Therefore, there is a creative tourism. that gives the opportunity for tourists And the local community has participated in the tourism management together. Since Thailand has abundant tourism resources, there are opportunities to develop into creative tourism. Tourism management based on the conceptual framework of sustainable creative tourism by the community found that Thailand has several supporting factors. To develop sustainable creative tourism by the community with a clear pattern. in creating a body of knowledge for new tourism management to be widely known generate income for the community leading to the development of sustainable tourism in the future.

Keywords : creative tourism, sustainable tourism, community-based tourism

บทนำ

ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566–2570) โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตามกรอบแนวคิดหลักการของนโยบายของรัฐบาลยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561–2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566–2570) ที่ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การสร้างกระบวนการ มีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของประชาชน การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลในทุกมิติอย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566–2570) และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566–2570) ซึ่งถือเป็นแผนในการกำหนดทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการของประเทศ เป็นแนวคิดการพัฒนาในอนาคตที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์การเตรียมความพร้อม รองรับการรวมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาค (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566–2570) โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตามกรอบแนวคิดหลักการของนโยบายของรัฐบาลยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561–2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ที่ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และการมีส่วนร่วมในการ

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ตัดสินใจของประชาชน การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลในทุกมิติอย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566–2570) และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566–2570) ซึ่งถือเป็นแผนในการกำหนดทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว การกีฬาและนันทนาการของประเทศ เป็นแนวคิดการพัฒนาในอนาคตที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์การเตรียมความพร้อมรองรับการรวมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาค (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมีการนำกระบวนทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้ทั้งนั้นนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ถูกกำหนดโดยนักวิชาหลากหลาย Crispin Raymond และ Greg Richards เป็นผู้ริเริ่มแนวคิดดังกล่าวและนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้เดินทางมาเยือนได้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ, 2554: 37) กิจกรรมมีหลากหลายไม่ว่าจะเป็นการทดลองทำอาหารการทดลองทำศิลปหัตถกรรม การทดลองใช้ชีวิตตามแบบอย่างผู้คนในชุมชน เพื่อให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้นๆ ผ่านประสบการณ์ตรง นอกจากนี้ยังมีหน่วยงาน และนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอีกหลายท่านได้นิยามคำว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับทัศนะผู้เขียนเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวซึ่งนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ มาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวของโลกปัจจุบันที่มีจุดหมายเพื่อการสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมและเชื่อว่าจะช่วยให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของความหลากหลายในวัฒนธรรม ซึ่งนอกจากจะเป็นการเสริมแรงให้กับการตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนของตนเองแล้ว ขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อนำประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวไปใช้ในวิถีชีวิตของตนเอง

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการสร้างระบบและกลไกให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม คงรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นตนเองไว้ โดยมีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้มีนักวิชาการและนักปฏิบัติจากหลากหลายแหล่งได้นิยามไว้ดังเช่น การท่องเที่ยวคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนา สวนศรี. 2540: 14) สินธุ์ สโรบล และคณะ (2547) ได้ให้ความหมายเชิงปฏิบัติการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า หมายถึง "ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆไม่ว่า ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ" โดยองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีทั้งหมด 4 ด้านคือ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม, องค์กรชุมชน, การจัดการ และการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ชุมชนจำเป็นต้องบริหารจัดการทั้ง 4 องค์ประกอบให้เกิดความสมดุล เนื่องจากในแต่ละชุมชนจะมีเอกลักษณ์ ความโดดเด่น และอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Community Based Tourism: C-CBT) เป็นการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพิ่มคุณค่า หาความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ และแบ่งปันชุมชน โดยยึดหลักการกระจายอำนาจและมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างระบบและกลไกให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม คงรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นตนเองไว้ โดยมีการแบ่งสรรปันส่วนผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ทั้งยังเป็นเครื่องมือ

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ซึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม (Active participation) ต้องมีความสร้างสรรค์มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนโดยเป็นการสร้างประสบการณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม อันเสริมสร้างผลลัพธ์เชิงบวกให้แก่ทั้งสองฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นจิตสำนึกอนุรักษ์ความประทับใจในประสบการณ์การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม การแลกเปลี่ยนประสบการณ์เรียนรู้เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังช่วยสร้างสมดุลให้แก่ชุมชนทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม

กล่าวได้ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเน้นการดึงคุณค่าของทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่า (Value to Benefit) สร้างต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาให้เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ตัวตน ออกแบบสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ผ่านการลงมือทำและมีส่วนร่วมกับชุมชน ที่สำคัญจะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน นักท่องเที่ยวได้สร้างสรรค์ผลงานและเกิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ต่อไป นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจและเห็นถึงคุณค่าในสิ่งที่ตนเองมีอยู่ นักท่องเที่ยวก็ใช้เวลาในชุมชนนานขึ้น เข้าใจชุมชนมากขึ้น เห็นคุณค่าของชุมชน ใช้จ่ายในชุมชนมากขึ้น และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนมากขึ้น รวมถึงการถอดองค์ความรู้และขยายผลในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน สืบสานประเพณีและวัฒนธรรม สร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำได้ค่อนข้างยาก เพราะปัจจุบันปราชญ์หรือศิลปินท้องถิ่น (Local Artisan/ Local Artist) เหลืออยู่น้อยมาก ซึ่งที่ผ่านมาไม่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ลูกหลาน เนื่องจากลูกหลานไปทำงานในเมืองใหญ่ และปราชญ์ศิลปินที่มีอยู่ก็มีแต่ผู้สูงอายุ ดังนั้น จึงควรรีบมีการรื้อฟื้นหรือค้นหาบุคคลเหล่านี้ แล้วนำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นตัวเชื่อม เพื่อจะทำให้ประเพณีและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนไม่สูญหายไป ทั้งนี้ ไม่เพียงแค่ปราชญ์มีหลงเหลืออยู่น้อย แต่ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังขาดแคลนนักสื่อความหมาย เนื่องจากเรื่องราวต่าง ๆ ที่จะถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยว ถ้ามีคนเล่าเรื่องที่เข้าใจบริบทอย่างลึกซึ้ง สนุกสนาน ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ อยากท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น และอยากกลับมาเที่ยวอีก

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

หรือบอกต่อ ในทางตรงกันข้าม หากคนเล่าเรื่องไม่เข้าใจบริบทมากพอก็จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาเที่ยวอีก

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีการกล่าวถึงโดย Pearce and Butler ไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1993 แต่ยังไม่มีการกำหนดความหมายและกระบวนการที่ชัดเจนนัก ต่อมาประเทศต่างๆ ได้พัฒนาการการท่องเที่ยวบนฐานของความสร้างสรรค์ขึ้น อาทิ ประเทศฟินแลนด์ ประเทศกรีซ และโปรตุเกส โดยอาศัยรากฐานสำคัญของการสร้างสรรค์ คือ วิถีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนในสังคม และในปีค.ศ. 2000 Richards and Raymond ได้นิยาม คำว่า Creative tourism ว่า การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์เรียนรู้อย่างจริงจัง (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2551 รัฐบาลได้ประกาศนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ทำให้เกิดการเชื่อมต่อมาสู่แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายหลังที่มีการดำเนินการส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ตามโครงการการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และมีพัฒนามาสู่การส่งเสริมการนำวิถีภูมิปัญญามาผสานการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่มีภาวะของการแข่งขันการของประเทศต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่ออาศัย หลักการและแนวทางของการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์มาต่อยอด เพิ่มค่า และหาความต่างมานำเสนอต่อนักท่องเที่ยวและกระแสของตลาดการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดในยุค 4.0 หรือโลกเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากยุคปัจจุบันกระแสของการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เข้ามามีบทบาทอย่างเห็นได้ชัด (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) (2006) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยชุมชนจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน ในมิติของการเรียนรู้และการทดลองปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้น

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่าง

1. การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน

2. ผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน รวมถึงการจัดให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งอาจนิยามได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า และเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้นำทุนทางวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติมาสร้างโอกาสให้กับผู้มาเยือน ในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่มาเยือน และเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่แยกส่วนระหว่างผู้มาเยือนกับชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวมจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกันบ้างแต่ยังแสดงให้เห็นว่ามีองค์ประกอบร่วมในลักษณะเดียวกันคือ ประสบการณ์จริงและมีส่วนร่วม (participative, authentic experience) ของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาศักยภาพและทักษะเชิงสร้างสรรค์รวมถึงการพบปะผู้คนในชุมชนหรือสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยตรง นอกจากนี้การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมตามความต้องการและความสนใจ

หลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

UNESCO (2006 อ้างถึงใน กรมการท่องเที่ยว, 2560) ได้ให้หลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการดังนี้ “Interaction” เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน “Educational” เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้และความรู้ “Emotional” เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าทางอารมณ์และประสบการณ์ “Social” เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวพันกับคนในสังคม ให้เกิดการเชื่อมโยงกัน “Participative” เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วม “Involve” เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องร่วมมือกันและเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ธนรัตน์ ทับทิมไทย (2565) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Basic of Creative Tourism)

1. เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เลียนแบบใคร และเป็นต้นแบบอย่างแท้จริง (Originality) และมีความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity)

2. มีจินตนาการ (Imagination) และมีความจรรโลงใจ (Inspiration) ที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์

3. มีองค์ความรู้ (Knowledge) แฝงไว้ด้วยศิลปะ (Arts) และกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น

4. เกิดจากการฉลาดคิด (Ingenuity) กลายมาเป็นประดิษฐกรรม (Inventiveness)

5. เป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual assets)

ฐิติมา อังกุรวัชรพันธุ์ (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งเปลี่ยนแปลงไปจากการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญ อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมซึ่งตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของคนกลุ่มใหม่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความผูกพัน (Engaged) ของนักท่องเที่ยว (Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (Host) ส่งเสริมการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Authentic-active Participation) ซึ่งรูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะเปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนไปร่วมกันซึ่งจะก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place/Spirit of Place) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้ ให้คำตอบใหม่ที่สอดรับกับรสนิยมของนักท่องเที่ยวปัจจุบัน ที่ไม่เพียงแต่ต้องการ “มองดู” (Seeing) สังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากตน แต่มีความประสงค์ที่จะ “ลงมือทำ” (Doing) เพื่อเรียนรู้ ทำความเข้าใจในมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง พร้อม ๆ กันกับพัฒนาศักยภาพของตนผ่านการปฏิบัติ (Practice) กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว และเพื่อที่จะได้รับแรงบันดาลใจใหม่ๆ ภายหลังกลับไปดำเนินชีวิตปกติ

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมหาชน) (2561) กล่าวถึง หัวใจของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ความจริงแท้-ดั้งเดิม (REAL) ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการมีประสบการณ์ตรง

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและชื่นชมจิตวิญญาณอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ นำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยวอย่างไม่สิ้นสุด

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เน้นการเรียนรู้และความรู้ เน้นคุณค่าทางอารมณ์และประสบการณ์ เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวพันกับคนในสังคม ให้เกิดการเชื่อมโยงกัน และเน้นการมีส่วนร่วม และเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องร่วมมือกันและเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง มีความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เลียนแบบใคร และเป็นต้นแบบอย่างแท้จริง หัวใจของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ความจริงแท้-ดั้งเดิม (REAL) ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการมีประสบการณ์ตรงเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและชื่นชมจิตวิญญาณอันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ นำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า สำนักงาปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563 : 32-33) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอยู่ 2 ด้านสำคัญ คือ

ด้านที่ 1 นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ซึ่งมีคุณลักษณะพร้อมที่จะเปิดรับความแปลกใหม่ที่อยู่นอกเหนือจากการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม แต่ยังคงต้องการมีประสบการณ์อย่างใกล้ชิดกับชุมชนในท้องถิ่น ได้เรียนรู้แก่นแท้ทางวัฒนธรรมและการดำรงชีวิตจากที่มีองค์ความรู้พื้นฐานมาบ้างแล้วส่วนหนึ่ง ทำให้การแยกแยะระหว่างนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทำได้ยากเนื่องจากสิ่งที่ต้องการเข้าไปสัมผัสและเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงยังคงอยู่ในบริบทด้านวัฒนธรรม

ด้านที่ 2 มิติและปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 3 มิติและปัจจัยสนับสนุน 6 ประการคือ

มิติพื้นที่ (Space) ปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยเมืองและชุมชนและปัจจัยอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่ครอบคลุมตั้งแต่ผังเมืองในเชิงสัญฐานวิทยาลักษณะทางสถาปัตยกรรม วิถีชีวิตในชุมชน ประวัติศาสตร์สังคมวิทยาและจิตวิทยาของชุมชน อัตลักษณ์ที่สะท้อนตัวตนที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่ง เช่นเดียวกับเอกลักษณ์ที่ถือเป็นลักษณะหนึ่งเดียวที่เป็นพื้นฐานสำหรับใช้เป็นจุดขายของพื้นที่

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

มิติการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ที่เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางด้วยปัจจัยวัฒนธรรมที่มีชีวิตที่มีการสืบสานมาแต่ดั้งเดิม รวมถึงวัฒนธรรมที่ถูกสร้างใหม่ตลอดจนวัฒนธรรมร่วมสมัยทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นและปัจจัยประสบการณ์จริงที่นักท่องเที่ยวพึงได้รับ ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นได้ในแต่ละบุคคล หรือเกิดขึ้นร่วมกับผู้อื่น โดยทั่วไปวิธีปฏิบัติหรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นเสมือนสินค้าและบริการเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์สามารถทำได้ทั้ง 2 วิธีคือวิธีแรกเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์สร้างให้เป็นกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว (Activity Based) ซึ่งเป็นรูปแบบที่เน้นการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และวิธีที่สองเป็นการอาศัยวิถีชีวิตของความเป็นเมืองสร้างสรรค์ในการสร้างความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยอาจจะไม่ต้องให้นักท่องเที่ยวทำอะไรที่สร้างสรรค์ด้วยตัวเองเลย (Destination Based)

มิติตัวกลาง (Agents) หมายถึง แนวร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยปัจจัยคนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะ และความสามารถในการประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยว หรือเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม รวมถึงบทบาทขององค์กรบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ทำหน้าที่เสมือนคนกลางในการคิดค้นสินค้าหรือบริการและนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

ฐิติมา อังกุรวัชรพันธุ์ (2560) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นงานหัตถกรรม และเป็นแหล่งเรียนรู้การทำเครื่องจักสานสำหรับนักท่องเที่ยว

2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้กระบวนการทำชิ้นงานตั้งแต่การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์จนกระทั่งสำเร็จเป็นชิ้นงาน จะเห็นได้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านการมีส่วนร่วม ด้วยการลงมือปฏิบัติ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทั้งการเรียนรู้และทดลอง

3) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนรู้สามารถเลือกสรรกิจกรรมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง สามารถค้นหาความริเริ่มสร้างสรรค์ของตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวได้ทำความรู้จัก ชื่นชม และเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่อย่างแท้จริง

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

4) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยสำคัญของการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน และมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นรูปธรรม และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว

5) ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยมีประธานกลุ่มประจำอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องติดต่อแจ้งความประสงค์ในการเข้าชมและเรียนรู้ จะมีประธานกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มที่มีความพร้อมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับนักท่องเที่ยว

ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวรา ภรณ์ ปัญญาวดี (2561) กล่าวว่า องค์ประกอบตัวชี้วัดการท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบตัวชี้วัดสำคัญ ได้แก่

1.การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความแปลกใหม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว ความเป็นตัวตนอันดั้งเดิมที่ไม่มี การเพิ่มเติมหรือปรุงแต่งสิ่งใดที่จะเป็นเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวหลงใหลและเข้าไปศึกษาเยี่ยมชม เช่น วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การแต่งกาย การละเล่น อาหารท้องถิ่น เหล่านี้ถือเป็นจุดขายที่สามารถนำเสนอคุณค่าในตัวเองได้ เป็นอย่างดี

2.การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นการจัดการด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมจะต้องไม่ส่งผลกระทบด้านลบต่อสภาพแวดล้อมโดยรอบของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ส่งเสริมให้คนในชุมชนได้มีรายได้เสริมและยังได้ถ่ายทอดความรู้ความสามารถที่มีให้เกิดประโยชน์แก่ นักท่องเที่ยวและผู้ที่สนใจ ต้องเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชน

3.การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การบริหารจัดการให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ มีการรวมกลุ่มและจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบให้กับทุกคน ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

4.การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะให้บริการในด้านต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวอันได้แก่ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การรักษาความปลอดภัยในชีวิต

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

5.บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น แหล่งชุมชนจำเป็นจะต้องมีบุคลากรและนักสื่อความหมาย ท้องถิ่น สำหรับการถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาและองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ารับการฝึกอบรมทักษะทางภาษาอังกฤษและภาษาอื่นในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย การยกย่องให้เกียรติครูภูมิปัญญา และบุคคล ตัวอย่างของชุมชนซึ่งอาจเป็นผู้สูงอายุที่อยู่คู่กับชุมชนมาเป็นเวลานานให้เป็นปราชญ์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ตาม ความถนัดและเชี่ยวชาญของแต่ละคน

จากการศึกษาของเฉลิมพล ศรีทองและ ธีรพงษ์ เที่ยงสมพงษ (2564) ที่มุ่งเน้นและสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ ในการเป็นนักสื่อความหมายท้องถิ่น โดยส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ความสามารถที่หลากหลาย ทั้งการสื่อสารที่มากกว่าภาษาไทย หรือความสามารถพิเศษด้านอื่นเพื่อเป็นการสร้างความสุขและสีสันให้กับนักท่องเที่ยวและ ยังเป็นการเปิดโอกาสให้แก่เยาวชน เด็ก สตรี ผู้สูงอายุหรือคนพิการตลอดจนผู้ด้อยโอกาสได้รับประโยชน์และมีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน และท้ายที่สุดควรมีการอบรมคนในชุมชน พนักงาน ผู้ประกอบการ ผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์ตามความเหมาะสม เพื่อเป็นการตระหนักให้ทุกคนในชุมชนมีจิตสำนึกรักและหวงแหนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่สืบต่อไป

จากการศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและ บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น เหล่านี้ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชนหรือคณะกรรมการบริหารงานแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงจำเป็นจะต้องมีการพิจารณาและวางแผนการดำเนินงานให้ครอบคลุมในทุกองค์ประกอบ ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพของงาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความยั่งยืนของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคม แบ่งเป็นกลุ่มย่อยคือ

1.1) กลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น ศิลปะงานฝีมือ เทศกาล งานประเพณีต่างๆ

1.2) กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

2. ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย

2.1) งานศิลปะ (Visual arts) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น

2.2) ศิลปะการแสดง (Performing arts) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ การแสดงละคร

3. ประเภทวิถีชีวิต (Lifestyles) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตการดำรงชีวิตหรือวิถีการทำมาหากินของคนในชุมชนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ

3.1) วิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสำเพ็ง ย่านเยาวราช ย่านบางลำพู ย่านเมืองเก่าน่าน ย่านเมืองเก่าแปดริ้ว ย่านถนนนางงามสงขลา เป็นต้น

3.2) วิถีชีวิตสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านช้างตากลาง อ.ท่าตูม จ.สุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก การเลี้ยงนกเขา อ.จะนะ จ.สงขลา การทำนา การทอผ้า การทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

4. ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวเนื่องกับการสื่อสารกับกลุ่มคนกลุ่มใหญ่หรือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ

4.1) งานสื่อสิ่งพิมพ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Publishing and Printed Media) เช่น คู่มือท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยวหรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่มีส่วนสร้างความน่าสนใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและสามารถสื่อในสิ่งที่มีคุณค่าให้เกิดความน่าสนใจ เป็นต้น

4.2) งานโสตทัศน์ (Audio visual) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการเป็นมาของต้นแบบ (Originality) ความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity) ของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่นั้นๆ

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

5. ประเภทการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Functional creation) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อยคือ

5.1) กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบห้องพักในโรงแรม รีสอร์ท การออกแบบสินค้าของที่ระลึก ให้มีอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

5.2) กลุ่มสื่อสมัยใหม่ (New media) เช่น ระบบดิจิทอล ซอฟต์แวร์ เกมส์ต่างๆ

5.3) กลุ่มบริการทางความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Services) เช่น การบริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา นันทนาการ และบริการแนวคิดเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) และสามารถที่จะนำไปขยายผลให้เป็นรูปธรรมในพื้นที่ และเกิดความภาคภูมิใจ ทั้งผู้ปฏิบัติ นักท่องเที่ยวที่เข้าไปในพื้นที่พิเศษตลอดจนชุมชน ซึ่งเป็นเจ้าของบ้าน ก็จะได้ชื่อว่าเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) อย่างแท้จริง

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

จากการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อปกป้อง สงวนรักษาและพัฒนาสิ่งเหล่านี้ให้อนุชนคนรุ่นหลัง ซึ่งต้องปลูกจิตสำนึกให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งนักท่องเที่ยว คนท้องถิ่น ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในปัจจุบันมีรูปแบบการท่องเที่ยวหลายแบบที่มุ่งส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community based tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์(Ecotourism) หรือแม้แต่นโยบายรัฐหรือหน่วยงานท้องถิ่นที่ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมหรือกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทน.), 2567)

สำหรับหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) มีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมาธิการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการ

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

โดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืนคือ จะต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงมีจุดเน้นที่สำคัญดังนี้

1. จะต้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ ในระยะเวลายาวนานจนถึงชั่วลูกชั่วหลาน มิใช่เพียงเพื่อคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น

2. ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และลดปริมาณของเสีย ที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

3. มีการกระจายรายได้ และผลประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่น ที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้าร่วม ในการจัดการ และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4. มีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการวางแผนงาน การจัดสรรงบประมาณ และการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม

5. มีการสร้างเครือข่าย เพื่อเผยแพร่แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ออกไปในหมู่ประชาชน ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง

โดยมีหลักการที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่จำเป็นต้องนำมาใช้ในการพิจารณาในส่วนของขั้นตอนของการบริหารจัดการโดยองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, 2016) ดังต่อไปนี้ (1) ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวควรมีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติที่มีการทดแทนการฟื้นฟูให้สามารถผลิตและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดไปโดยไม่ลดถอยหรือเสื่อมโทรมลง โดยให้ความตระหนัก ถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและความต้องการของชุมชนเป็นสำคัญ อันเนื่องมาจากชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่ย่อมมีความเข้าใจถึงศักยภาพและความต้องการของคนในชุมชนอย่างลึกซึ้ง (2) มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น จากความร่วมมือของคนในชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนจึงก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาดังกล่าวอย่างแท้จริง บนพื้นฐานของความเท่าเทียม ความเป็นธรรม โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ (3) ให้ประสบการณ์นันทนาการที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว ด้วยการนำเสนอกิจกรรมที่ให้ความรู้และเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวไปพร้อมกับความสนุกสนานและประสบการณ์ที่ดี เกิดการ

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

พัฒนาและต่อยอดสู่การนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการทำงานก่อให้เกิดคุณค่าอย่างแท้จริง (4) ให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากรและวิถีชีวิตโดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่อย่างลึกซึ้ง ตลอดจนการได้ใช้ชีวิตร่วมเป็นส่วนหนึ่งของคนในครอบครัวเพื่อสร้างความผูกพันธ์ ได้ลองทำในสิ่งที่แตกต่าง ได้สัมผัสรสชาติแปลกใหม่ ได้รับฟังเรื่องราวที่ไม่เคยได้ยินได้ฟังมาก่อนและยังได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (5) การออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และใช้วัสดุในท้องถิ่น โดยการปรับปรุงพัฒนาจากโครงสร้างของที่อยู่อาศัยเดิมให้ยังคงสภาพที่สามารถใช้งานและอยู่อาศัยได้อย่างปกติ ไม่มีน้ำรั่วซึม หรือการปลูกสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมโดยการใช้วัสดุทางธรรมชาติที่สามารถหาได้จากท้องถิ่นของตน (6) เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนา ระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ มุ่งเน้นการพัฒนาบนพื้นฐานของความยั่งยืนในทุกภาคส่วนตลอดจนการมุ่งเน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นฐานการตัดสินใจและการติดตามตรวจสอบ

ประกอบกับการพัฒนาที่ยั่งยืนจะมีลักษณะของการบูรณาการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ทำให้เกิดเป็นองค์รวมจากการประสานและความร่วมมือกันขับเคลื่อนสู่การพัฒนาและการเติบโตโดยไม่สามารถที่จะมุ่งเน้นเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนควบคู่ไปด้วย โดยมีองค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สำคัญ 6 ด้าน ได้แก่ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) (1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เป็นลักษณะของการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดเตรียมด้านพื้นที่มีการแบ่งแยกสัดส่วนตามลักษณะการใช้งานอย่างชัดเจน ประกอบด้วยพื้นที่จัดกิจกรรม พื้นที่บรรยาย หรือพื้นที่จัดแสดงสินค้า เป็นต้นหรือการจัดเตรียมด้านข้อมูลที่จำเป็นให้กับนักท่องเที่ยว เช่น แผนที่การเดินทางและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ห้องพยาบาล จุดพักผ่อน และเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในพื้นที่เป็นต้น (2) ด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว การนำเสนอกลยุทธ์และวิธีการทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย ประหยัดต้นทุนและสามารถกระจายฐานการรับรู้ได้ในวงกว้าง โดยใช้สื่อเป็นตัวกลาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตหรือการตลาดโดยอาศัยการบอกต่อจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยมาหรือเคยได้ยินได้ฟังจากช่องทางอื่น ตลอดจนการให้บริการที่มีคุณภาพโดยมุ่งเน้นความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญเพื่อสร้างความประทับใจ

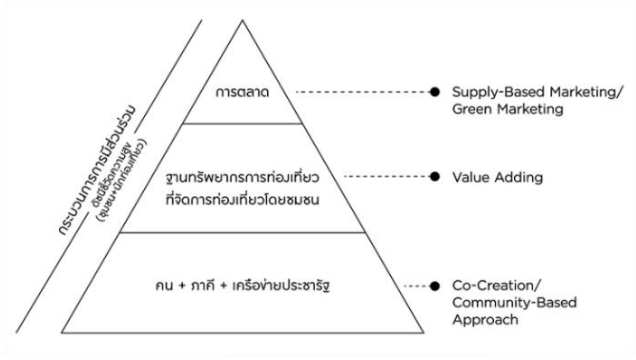
*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ล้วนมีส่วนในการกระตุ้นการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี (Zeithaml, 1988) (3) ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว การพัฒนาในส่วนของธุรกิจบริการให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจทั้งในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุณภาพในการบริการของพนักงานอีกทั้งการนำเสนอจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของตนออกมานำเสนอให้ได้เรียนรู้และร่วมสัมผัสคุณค่าของสิ่งเหล่านั้นไปร่วมกัน (4) ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากการพัฒนาในด้านต่าง ๆ แล้วสิ่งสำคัญที่นักพัฒนาไม่ควรมองข้ามหรือละเลยนั้นก็คือการพัฒนาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จำเป็นจะต้องอาศัยทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป หากสิ่งแวดล้อมถูกทำลายวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยืนยาว (5) ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการเป็นผู้นำทางความคิด การนำเสนอความต้องการหรือข้อคิดเห็น ตลอดจนปัญหาที่ชุมชนต้องการได้รับการแก้ไข ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ของชุมชนเป็นสำคัญ (6) ด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกที่ดีของนักท่องเที่ยวในเรื่องของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดและแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ และสิ่งแวดล้อมที่ต้องการดูแลเอาใจใส่ตลอดจนการตระหนักรู้และมีสติทุกครั้งก่อนที่จะลงมือทำลายโลกด้วยการทำร้ายทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวโดยชุมชมอย่างยั่งยืน

แผนยุทธศาสตร์ CBT Thailand การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2565) ได้กล่าวถึง แผนยุทธศาสตร์ CBT Thailand การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน’



*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ซึ่งหมายถึงการทำงานทั้งระบบเพื่อใช้การท่องเที่ยวมาเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีการกระจายรายได้มากขึ้น เน้นการเชิดชูทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น กระตุ้นจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นโจทย์ในการทำงานร่วมกันดังนั้นจึงมีกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยยกระดับให้การท่องเที่ยวเกิดประโยชน์ต่อชุมชน 5 กลยุทธ์สำคัญ ดังนี้

1. การพัฒนาคนและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการพัฒนาคนในชุมชนและท้องถิ่นเพื่อให้สามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้

2. การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นโดยมุ่งเน้นให้ชุมชนเข้าใจตัวเองว่ามีดีอะไรและต่อยอดนำเสนอจากทรัพยากรที่มี ไม่จำเป็นต้องสร้างสิ่งใหม่ๆ ที่อาจจะไม่ใช่อัตลักษณ์ของท้องถิ่น

3. การตลาดที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อแสวงหาตลาดนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแต่ละชุมชน และสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่เสียอัตลักษณ์ของชุมชน นอกจากนั้น เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการนำเที่ยวให้นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสมเพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าเส้นทางการท่องเที่ยว

4. การสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้และประสบการณ์ร่วมกันเพื่อทำงานเป็นเครือข่ายภาคประชาชนที่เข้มแข็งได้ในระยะยาว โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการสนับสนุนของภาครัฐหรือภาคเอกชนเสมอไป

5. การประเมินผลด้วยตัวชี้วัดความสุขของชุมชนและนักท่องเที่ยวเนื่องจากวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์ ดังนั้นตัวชี้วัดความสำเร็จจึงไม่ใช่เพียงรายได้ที่เพิ่มขึ้นหรือนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น แต่เป็นความอยู่ดีมีสุขในมิติต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเป็นการแลกเปลี่ยนของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนที่เท่าเทียม มีความสุขร่วมกัน

แผนยุทธศาสตร์ CBT Thailand นี้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับหลากหลายภาคส่วน โดยมีกลไกการขับเคลื่อนทั้งระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ กระจายอยู่ในแต่ละภูมิภาค ดังนี้

ระดับนโยบาย โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ซึ่งทำหน้าที่ดูแลนโยบายการท่องเที่ยวในระดับประเทศทั้งหมด ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและติดตามแผนยุทธศาสตร์ CBT Thailand โดยมีองค์ประกอบจากภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการและภาคประชาชน รายงานผลการทำงาน

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ต่างๆ ทั่วประเทศให้ระดับนโยบายได้รับทราบ และผลักดันในส่วนที่เกี่ยวข้องให้เกิดเป็นรูปธรรมในเชิงนโยบายได้ต่อไป

ระดับปฏิบัติ คณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งประกอบ ด้วยหน่วยงานต่างๆ ที่มีภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ร่วมกันขับเคลื่อนสนับสนุนการพัฒนาให้เป็นไปตามแนวทางในแผนยุทธศาสตร์ CBT Thailand ซึ่ง อพท. เป็นเลขานุการของคณะอนุกรรมการชุดนี้

ระดับพื้นที่ ในระดับพื้นที่ในแต่ละเขตพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีคณะทำงานประชารัฐขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนประจำเขต ซึ่งมีองค์ประกอบครอบคลุมภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการและภาคประชาชนในพื้นที่เพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนดังกล่าวให้เป็นไปตามบริบทของแต่ละพื้นที่ ตามความเชื่อมโยงตามแผนภาพดังต่อไปนี้

แผนยุทธศาสตร์นี้จะก่อให้เกิดอะไรที่เป็นรูปธรรมบ้าง การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ CBT Thailand นี้มีระยะเวลาอย่างน้อย 4 ปีในการดำเนินการ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมในการยกระดับและเชื่อมโยงให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ดังนี้

1.ชุมชนที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างน้อย 200 ชุมชนกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างเป็นรูปธรรม

2.หลักสูตรการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นด้านต่างๆให้มีความรู้ความเข้าใจทักษะในการเก็บเกี่ยวและบริหารจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว

3.บุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับตั้งแต่ระดับนโยบายในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่ทำงานกับชุมชนและชุมชนท้องถิ่นเองที่มีความเข้าใจในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

4.มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวของประชาคมอาเซียนและเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก หรือ Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)

5.การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสู่เส้นทางท่องเที่ยวหลักและเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวรองเพื่อช่วยกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปยังชุมชนท่องเที่ยวในเมืองหลักและเมืองรอง

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

หรือแหล่งท่องเที่ยวรองเพื่อให้ชุมชนได้รับประโยชน์ในวงกว้างขึ้นและนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และลึกซึ้งขึ้น

6.ผู้ประกอบการทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม

7.เครือข่ายภาคประชาชนที่เข้มแข็ง สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากรซึ่งกันและกัน เพื่อให้ภาคประชาชนสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาโดยไม่จำเป็นต้องรอภาครัฐหรือภาคเอกชน

8.เครื่องมือในการวัดผลลัพธ์ความสุขของชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีตัวชี้วัดที่ช่วยสร้างสมดุลระหว่างความต้องการของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายได้รับประโยชน์ร่วมกัน

ซึ่งโมเดลดังกล่าวสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนโดยชุมชน จึงเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์ทั้งต่อชุมชนท้องถิ่น อย่างสร้างสรรค์นักท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความยั่งยืนในระยะยาว ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลลัพธ์อีกมากมายที่จะเกิดขึ้นระหว่างทางของการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านต่างๆ กรณีศึกษาการพัฒนาที่สามารถขยายผลได้และเยาวชนเล็งเห็นโอกาสทางการท่องเที่ยวในการกลับมาประกอบอาชีพและพัฒนาบ้านและชุมชนของตนแต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการที่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีกระบวนการคิด วิเคราะห์ วางแผน มีภูมิคุ้มกัน และมีภาคภูมิใจและหวงแหนในทรัพยากรของตนเอง สืบทอดและรักษาวิถีวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก หรือโลกาภิวัตน์เพื่อบรรลุเป้าหมายในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาชุมชนของตนและให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งหากทุกชุมชนเรียนรู้ที่จะดูแลบ้านตัวเองให้ดี ให้น่าไปเยือน การท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศก็จะมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างแท้จริง

ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนโดยชุมชน

จากการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนโดยชุมชน ซึ่งถือได้ว่าประสบความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ชุมชนบ้านแม่กำปอง ซึ่งประชากรส่วน

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ใหญ่เป็นคนพื้นเมืองล้านนา บางส่วนเป็นคนจากข้างนอกมาซื้อที่ดินและสร้างบ้านที่แม่กำปอง ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร (ทำสวนชา สวนเมี่ยง และกาแฟ) โดยหลังจากปี พ.ศ. 2543 ได้มีการเปิดหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2545 มีการพัฒนาฐานคิดและกระบวนการวิจัยท้องถิ่น ซึ่งกรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ผลักดันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแม่กำปองเข้าสู่โครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว รวมถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เข้ามาแนะนำและประชาสัมพันธ์ ทำให้บ้านแม่กำปองเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ และได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2547 จากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา (วรพงศ์ ผูกภู่ และคณะ, 2564)

นอกจากนั้น บ้านแม่กำปองยังเป็นพื้นที่เป้าหมายของหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาในการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ ทั้งด้านการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ และด้านการอนุรักษ์ รวมทั้งการเป็นพื้นที่นำร่องตามนโยบายประชารัฐของรัฐบาล ส่งผลให้บ้านแม่กำปองมีโครงการตามนโยบายของภาครัฐเข้ามาในพื้นที่อย่างไม่ขาดสาย เห็นได้จากการได้รับการพัฒนาให้เป็นพื้นที่ต้นแบบในด้านต่างๆ และการเป็นพื้นที่ต้นแบบในหลากหลายมิติ ส่งผลในทางบวกคือชุมชนมีโอกาสในการพัฒนาจากหน่วยงานต่างๆ ในทุกๆ ด้าน และขณะเดียวกันยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการภายในชุมชนเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ การประเมินขีดความสามารถของการรองรับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่กำปองในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2556 อยู่ในระดับปานกลางที่ชุมชนสามารถบริหารจัดการได้ แต่เมื่อมีกระแสการท่องเที่ยวจากนโยบายภาครัฐในปี พ.ศ. 2557- 2558 ที่เริ่มส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย การท่องเที่ยวเมืองห้ามพลาด การท่องเที่ยวในชุมชนจึงได้รับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ชุมชนบ้านแม่กำปองเริ่มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และด้วยความได้เปรียบด้านภูมิประเทศสิ่งแวดล้อมของบ้านแม่กำปองที่อยู่ในหุบเขา อากาศเย็นทั้งปี การคมนาคมเข้าถึงสะดวก จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวแออัดในช่วงวันหยุดเทศกาล ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2558 ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนค่อนข้างมาก ก่อให้เกิดผลกระทบในด้านต่างๆ ตามมา

ในการศึกษาบริบทด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแม่กำปองนั้น มีการบริหารจัดการเที่ยวโดชุมชน ดังนี้

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ด้านพื้นที่ บ้านแม่กำปอง หมู่ที่ 3 ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 50 กิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา มีความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์และความหลากหลายทางชีวภาพของพืชพรรณธรรมชาติ มีประชากร 370 คน มีจำนวนหลังคาเรือนทั้งหมด 237 หลังคาเรือน แม่กำปองมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การเที่ยวชมวิถีชีวิตในชุมชน เช่น การทำเมี่ยง การทำสมุนไพร การทำกาแฟ การทำหมอนใบชา การจักสาน เส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ และจุดชมวิวบนยอดดอยม่อนล้าน โดยในส่วนของสถานที่และสาธารณูปโภครองรับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ประกอบด้วย สถานที่จอดรถยนต์สาธารณะ จำนวน 3 จุด รองรับรถยนต์ได้จำนวน 70 คัน ห้องน้ำสาธารณะจำนวน 3 จุด รวม 32 ห้อง บ้านพักโฮมสเตย์ จำนวน 22 หลัง และบ้านพักรายวันจำนวน 46 หลัง

ด้านการบริหารจัดการ บ้านแม่กำปองมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ระบบคณะกรรมการหมู่บ้าน โดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นประธาน และมีรองประธานทำหน้าที่ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้านประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 2 คน ผู้ช่วย ผู้ใหญ่บ้านจำนวน 2 คน ประธานกลุ่มแม่บ้าน ประธานกลุ่มผู้สูงอายุ ประธานกลุ่มเยาวชน เลขานุการ และเหรัญญิก โดยมีกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) กลุ่มโฮมสเตย์ 2) กลุ่มนักสื่อความหมายชุมชน 3) กลุ่มนวดแผนไทย 5) กลุ่มสมุนไพรพื้นบ้าน 6) กลุ่มผลิตภัณฑ์หมอนใบชา และ 7) กลุ่มสะล้อซอซึง และการแสดงพื้นบ้าน การบริหารจัดการรายได้ที่เกิดขึ้นจาก การท่องเที่ยวอยู่ภายใต้กลไกการบริหารของสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำ โครงการหลวงแม่กำปองจำกัด โดยมี การจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่สมาชิกสหกรณ์ ดังนี้ การเข้าสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำร้อยละ 30 (ปันผลเมื่อสิ้นปีให้กับสมาชิกสหกรณ์) พัฒนาหมู่บ้านร้อยละ 20 คณะทำงานร้อยละ 25 จัดสวัสดิการชุมชนร้อยละ 15 เบี้ยประชุมคณะกรรมการร้อยละ 10

ด้านการมีส่วนร่วม จากการศึกษาข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุมและการพัฒนาชุมชนของสมาชิกชุมชนบ้านแม่กำปอง จำนวน 105 คน พบว่า ครัวเรือนที่เป็นสมาชิกโฮมสเตย์มีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุมและการพัฒนาชุมชนมากที่สุด รองลงมาคือครัวเรือนที่ไม่ได้ประกอบกิจการใดๆ ครัวเรือนที่ประกอบการกิจการบ้านพัก และครัวเรือนที่ประกอบกิจการร้านค้า ซึ่งมีส่วนร่วมในในกิจกรรม การประชุมและการพัฒนาชุมชนน้อยที่สุด

ด้านกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ บ้านแม่กำปองมีกิจกรรมให้บริการนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาศึกษาดูงาน ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การเดินป่าศึกษาเส้นทาง

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

ธรรมชาติ เรียนรู้การเก็บใบเมี่ยง ใบชา 2) กิจกรรมทางด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การทำพิธีบายศรีสู่ขวัญ ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังชุมชน การทำหมอนใบชา การแสดงพื้นบ้าน เช่น ฟ้อนดาบ ฟ้อนจ้อง ฟ้อนเทพบันเทิง การแสดงดนตรีพื้นเมือง (สะล้อซอซึง) เป็นต้น และกิจกรรมทางศาสนา การทำบุญตักบาตร และ 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ชมและชิมชา

ซึ่งจากการศึกษาเกี่ยวกับบริบทด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแม่กำปองนั้น พบว่า สร้างเครือข่ายการในการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการในการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่น ๆ ในพื้นที่ เช่น การส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าอุปโภคในครัวเรือนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้บริการซักเครื่องนอนในหมู่บ้านด้านล่าง เพื่อลดการปล่อยของเสียลงสู่ดิน น้ำ ป่า คนในชุมชนควรมีกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการรณรงค์และปลูกจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงข้อควรปฏิบัติในการท่องเที่ยวในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้กับประชาชนหรือนักท่องเที่ยวทั่วไป ควรจัดให้มีกิจกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนในชุมชน เพื่อเรียนรู้กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ในการศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์พบว่า ควรมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถ และศักยภาพของคนชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดนโยบายเพื่อกระตุ้น ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ควรมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นระบบ มีการติดตามกำกับดูแลผลกระทบจากการท่องเที่ยว มีการกำกับติดตามตรวจสอบ มาตรฐานความยั่งยืน สร้างมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักเที่ยง ควรมีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากกว่า 1 รูปแบบ ตามศักยภาพของชุมชน นอกเหนือจากการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพียงอย่างเดียว รวมถึงสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creativity) ที่แม้มิใช่เป็นแนวความคิดใหม่ แต่เมื่อได้นำแนวความคิดดังกล่าวมาผนวกรวมกับเรื่องของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ หรืออุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม, เมือง และเศรษฐกิจ ทำให้เกิดเป็นแนวคิดใหม่ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจความเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางสังคมและเศรษฐกิจของโลกที่ดำเนิน

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

อยู่ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative industries) ซึ่งจัดให้ “การท่องเที่ยว” เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมกลุ่มนี้ (Richards : 2011) และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative economy) ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของวัฒนธรรมทั้งในรูปวัตถุ (Tangible) และนามธรรม (Intangible) ที่เข้ามามีบทบาทและคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจที่จะช่วยในการพัฒนาประเทศส่งเสริมความหลากหลายของสังคมและวัฒนธรรมส่วนเครือข่ายของเมืองสร้างสรรค์(Creative cities) นำไปสู่ความภาคภูมิใจทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนสนับสนุนให้มีรูปแบบของการท่องเที่ยวใหม่ที่เน้นความผูกพันระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของพื้นที่ โดยผ่านการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง อันจะนำมาซึ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนพร้อมๆไปกับความเข้มแข็งทางสังคมและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวจัดขึ้นโดยชุมชน ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีกิจกรรมร่วมกันกับประชาชนในชุมชน ที่มีการทำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมเป็นการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และเอื้อประโยชน์ให้เกิดการอนุรักษ์อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างจิตสำนึกให้กับคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการ ได้ร่วมกันรักษาสมดุลของระบบนิเวศของชุมชน ผ่านกระบวนการกลุ่มให้มาร่วมกันคิด ร่วมกันทำ เมื่อเกิดการจัดการอย่างเป็นระบบแล้ว ก่อให้ผลสำเร็จตามมา

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566*).* **ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566–2570),** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://mots.go.th/download /article/, [1 สิงหาคม 2564.]

เฉลิมพล ศรีทองและ ธีรพงษ์ เที่ยงสมพงษ์. (2564). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal). **วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่.** 22 (3) ; 174-188

ฐิติมา อังกุรวัชรพันธุ์. (2560). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดอ่างทอง. **วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)** 10(20) ; 29-42

ธนรัตน์ ทับทิมไทย. (2565). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์,** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://suphanburicampus. dusit.ac.th/report/230757.pdf [14 มกราคม 2565.]

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

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

พจนา สวนศรี. (2540). **เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 8-15 การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ.** นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวราภรณ์ ปัญญาวดี. (2561). ศักยภาพชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน **Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)** 8 (2) ; 52-83

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). บทความการพัฒนาการท่องเทียวเชิงสร้างสรรค์ : กรอบแนวคิดสู่ แนวปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และ ศิลปะ.** 33 (2) ; 331-366.

วรพงศ์ ผูกภู่, ฐิติ ฐิติจำเริญพร,วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล, อิสรี แพทย์เจริญ, พินทุสร อ่อนเปี่ยม และจิตรลดา ปิ่นทอง. (2564). **รูปแบบการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาพื้นที่ต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม

สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทน.). (2567). **การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.adt.or.th/page/sustainable-tourism/en [24 มิถุนายน 2567.]

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 4/2562.** 1 (3) ; 32-33

สินธุ์ สโรบล และคณะ. (2546). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ.** กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). **ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ : เครื่องมือสำคัญนำไปสู่ชุมชนยั่งยืน.** กรุงเทพฯ.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมหาชน). (2561). **หัวใจของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.dasta.or.th/th/article /436 [14 มกราคม 2565.]

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
E-mail : Pornfarsutthikhun@gmail.com

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2560). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.** กรุงเทพฯ : องค์การ.

Richards. (2010). **Creative Tourism and Local Development. In Wurzburger, R, et al. Creative Tourism: A Global Conversation : How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide,** Santa Fe : Sustone Press.

UNESCO. (2006). **Toward Sustainable Strategies for creative tourism. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism.** Santa Fe, New Mexico. U.S.A.

World Tourism Organization. (2016). **Sustainable Tourism Development.** UNWTO

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. **Journal of Marketing,** 52(3), 2-22.

ผู้เขียน

พรฟ้า สุทธิคุณ*

ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่างิ้ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: Pornfarsutthikhun@gmail.com

ประกอบ ใจมั่น

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่างิ้ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280