

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย Creative Tourism: A New Choice of Thai Tourism

ภัณณิ แก้วสง่า* และนิสาชล ชำนงศรี
Paimanee Kaewsanga* and Nisachol Chamnongsri

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Abstract

Nowadays, the behaviors of tourists have changed. They want to participate more in tourist activities and this is coupled with the emerging issues of tourism resource management. Hence, creative tourism is proposed to enable tourists and local communities to be able to take part in tourism management. Thailand has plenty of tourism resources that can be used to develop creative tourism. However, this concept is a relatively new and unfamiliar one in Thailand, so both tourism entrepreneurs and tourists still lack the knowledge and understanding of creative tourism. When analyzing the country's potential in tourism management issues according to the conceptual framework of creative tourism management, it was found that there are many supporting factors in the development and promotion of creative tourism in Thailand. More research studies to build a body of knowledge can provide a clear framework to develop Thailand's creative tourism management that is more widely acceptable and recognized. The end result of these studies will increase the income for Thailand and lead to sustainable tourism industry of the country.

Keywords: Creative Tourism; Creative Tourism Management

บทคัดย่อ

ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้มีแบบแผนที่ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้ให้กับประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

* ผู้เขียนที่ให้การติดต่อ

Email address: b4770794@hotmail.com

บทนำ

ปัจจุบันระบบเศรษฐกิจของโลกได้ก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ที่ความรู้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตและการแข่งขัน ประเทศไทยก็เช่นกัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555–2559) ของไทยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงทุนของประเทศ ได้แก่ ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ ทุนสังคม ทุนมนุษย์ ทุนการเงิน และทุนวัฒนธรรม เป็นตัวผลักดันการเปลี่ยนแปลงประเทศจากเศรษฐกิจยุคเก่าเข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) คือ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ภายใต้แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสังเคราะห์ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

กลยุทธ์ที่นำมาใช้ในเชิงยุทธศาสตร์ของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) เนื่องจากกฎเกณฑ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนไป การสร้างรายได้เปลี่ยนจาก การสร้างมูลค่าในตัววัตถุที่จับต้องได้ไปสู่การสร้างค่ามูลค่าให้กับสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (ยวดี นิรัตน์ตระกูล, 2554) โดยเศรษฐกิจฐานความรู้จะอาศัยความรู้หรือนวัตกรรมเข้ามาเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน เพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ก่อให้เกิดการผลิตและสร้างงานในอุตสาหกรรมทุกรูปแบบ (บุรชัย ศิริมหาสาคร, 2550)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล และมีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องเกิดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายหน่วยงานของไทยกำลังให้ความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Wurzburger, 2010 อ้างถึงใน Richards and Raymond, 2000) ตัวอย่างกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเรียนภาษาท้องถิ่น การทอผ้า การวาดภาพวาด การแกะสลัก และการทำอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น

หน่วยงานสำคัญที่ผลักดันและสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย อาทิ (1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผลักดัน ส่งเสริม และให้งบประมาณสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น โครงการเที่ยวหัวใจใหม่เมืองไทย ยั่งยืน เป็นต้น (2) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้งบประมาณสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การประกวดสุนทรพจน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น (3) สำนักงาน

สนับสนุนกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ให้สนับสนุนมหบัณฑิตในการทำวิทยานิพนธ์ ภายใต้วหัวข้อ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประจำปีงบประมาณ 2553 เพื่อยกระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ และ (4) สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) สนับสนุนให้จัดโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น โครงการฝึกอบรมผู้บริหารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทักษะในการประยุกต์ใช้ให้แก่ผู้บริหารในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อย่างไรก็ดี แม้จะมีหลายหน่วยงานให้การสนับสนุนและส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้ยังไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายมากนักในประเทศไทย พันเอก ดร. นาฬิกอติภัค แสงสนิท ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ซึ่งเป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือและผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กล่าวถึงสถานการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยไว้ว่า

“...เราต้องยอมรับว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย เราต้องสร้างความเข้าใจให้ได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร ต้องทำอย่างไร ฉะนั้น จุดประสงค์ของโครงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ก็คือ การเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันมีจุดหมายไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหารูปแบบ สร้างองค์ความรู้ และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์...”

(นาฬิกอติภัค แสงสนิท, 2552 อ้างถึงใน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2552)

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นมาแล้วกว่าสิบปี ในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงเป็นเรื่องใหม่ แม้จะมีหลายหน่วยงานเริ่มให้ความสำคัญ แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก ทั้งในกลุ่มของผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่มีองค์ความรู้ที่ชัดเจน ทั้งในด้านรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว การระบุทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมถึงการระบुकุณักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ยังขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้น การแก้ปัญหาดังกล่าวจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมจากชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น อันจะเป็นการสร้างความรู้

ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จัดทำได้อย่างมีแบบแผนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้การท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในลำดับต่อไป

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว

ประภัทร สุทธาเวช (2550) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวมี 2 ปัจจัย คือ โครงสร้างทางสังคม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. โครงสร้างทางสังคม หมายถึง โครงสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนในสังคมที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

1.1 คุณภาพชีวิต หมายถึง ความเป็นอยู่ที่มีลักษณะดี ปัจจุบัน ผู้คนในสังคมต้องการความสุขทางใจมากขึ้น ด้วยการลดความเครียดจากการทำงาน ความเครียดจากการแข่งขัน เป็นต้น มนุษย์นำการท่องเที่ยวเข้ามาช่วยในการสร้างความสุขทางใจ คนในสังคมสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง และสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ระยะไกลมากขึ้น

1.2 ความตระหนักในสิ่งแวดล้อม คนในสังคมหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมากกว่าการผลิตทางอุตสาหกรรม มีความห่วงใยในระบบนิเวศมากขึ้นเนื่องจากการผลิตของภาคอุตสาหกรรมส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม การตระหนักถึงความสำคัญเพื่อป้องกันและรักษาสีเขียวของธรรมชาติ ส่งผลให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

1.3 มาตรฐานคุณภาพ เป็นเรื่องระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นตัวกลาง นักท่องเที่ยวต้องการการบริการท่องเที่ยวและสินค้าที่ดีมีมาตรฐาน ผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวและสินค้าให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยว โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 ความเร็ว นักท่องเที่ยวต้องการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดในเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไม่จอดแต่เช้าเพื่อเดินทางไปทำกิจกรรมในพื้นที่ห่างไกล

2.2 ความง่าย นักท่องเที่ยวต้องการความง่ายต่อการปฏิบัติในสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือทางหนึ่งทางใดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น รายการอาหารที่มีขั้นตอนการปรุงและบริโภคไม่ยุ่งยาก นักท่องเที่ยวไม่มีเวลารอคอย ผู้ผลิตจึงต้องตอบสนองภาวะความง่ายในการปฏิบัติดังกล่าว เช่น อาหารจานด่วน อาหารจานเดียว เป็นต้น

2.3 ความหลากหลาย นักท่องเที่ยวต้องการมีทางเลือกที่มีมากกว่าทางเดียวหรือแบบเดียว เช่น ตัวสินค้าและบริการ ในอดีตนักท่องเที่ยวจะทราบข้อมูลการท่องเที่ยวได้จากแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่นักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่ออื่น ๆ เช่น ข้อมูลจากเอกสาร เว็บไซต์ เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization: UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ ตามลักษณะแหล่งท่องเที่ยว (Goeldner and Ritchies, 2006) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

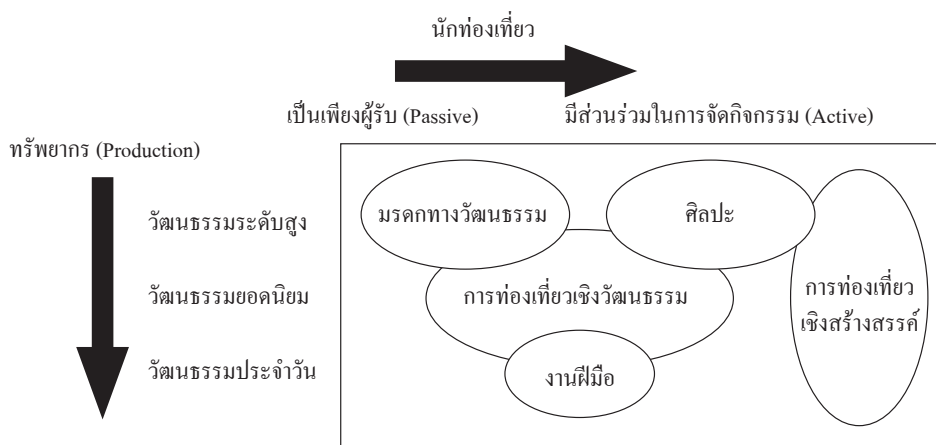
2. การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม (Historical Tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism)

3. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

เมื่อพิจารณาจากการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวตามแนวคิดขององค์การการท่องเที่ยวโลก พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ปรากฏอยู่ในการท่องเที่ยวทั้งสามประเภทดังกล่าว อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาการพัฒนารอบแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดย เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards, 2010a) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีวิวัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นเพียงผู้รับ (Passive) ทำได้เพียงมองดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือวัฒนธรรมของท้องถิ่น ผ่านทางสายตาหรือการเยี่ยมชม และการซื้อของที่ระลึกเท่านั้น แต่ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวจะเข้ามา

ส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Active) ผ่านทางการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจของแต่ละบุคคล เพื่อการซึมซับเอกลักษณ์ (Identity) ของแต่ละท้องถิ่น ทำให้การท่องเที่ยวเต็มไปด้วยชีวิตชีวา และลดความน่าเบื่อหน่ายของการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม

ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวจะครอบคลุมวัฒนธรรมทั้งสามระดับเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ทั้งวัฒนธรรมระดับสูง (เช่น มรดกทางวัฒนธรรม อาทิ โบราณวัตถุ ฯลฯ) วัฒนธรรมระดับกลางหรือวัฒนธรรมยอดนิยม (เช่น การแสดงพื้นบ้าน อาทิ หมอลำซิ่ง ฯลฯ) และวัฒนธรรมระดับล่างหรือวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน (เช่น งานฝีมือ อาทิ เครื่องจักสาน ฯลฯ) ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับงานศิลปะ โดยระดับของทรัพยากรด้านวัฒนธรรมจะสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในลักษณะผกผันคือ ยิ่งวัฒนธรรมมีระดับสูงขึ้นการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ยิ่งน้อยลง ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



รูปที่ 1 การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010a)

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เริ่มมีการตีพิมพ์เผยแพร่ในวงวิชาการในช่วงปี ค.ศ. 2000 โดย เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ คริสติน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเทศนิวซีแลนด์ ที่ทำการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง โดยได้ตีพิมพ์ใน Atlas Newsletter of November 2000 (Wurzbarger, 2010)

ริชาร์ด และ เรย์มอนด์ (Richards and Raymond) ได้นิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ โดยการทำกิจกรรมแบบมี

ส่วนร่วมและเรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงวันหยุด (Wurzbarger, 2010 อ้างถึงใน Richards and Raymond, 2000)

บิงค์ฮอร์สต์ (Binkhorst, 2006) กล่าวว่า ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเอง จากการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งการสร้างคุณค่าให้ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังนั้น ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้ความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันไปตามภูมิหลังของแต่ละคน

องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นทางการในการประชุมนานาชาติ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ค.ศ. 2008 ณ เมืองซานตาเฟ (Santa Fe) มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ ผ่านประสบการณ์ตรง และการมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น (Wurzbarger, 2010)

ค.ศ. 2010 ริชาร์ด (Richards, 2010a) ได้สรุปนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อีกครั้งว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 การให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง เริ่มจากริชาร์ด และเรย์มอนด์ ได้ให้แนวคิดหลักว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะมุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำกิจกรรมและเรียนรู้จากประสบการณ์ บิงค์ฮอร์สต์ (Binkhorst, 2006) ได้เพิ่มเติมประเด็นเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวโดยกล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเอง ต่อมา ริชาร์ด (Richards, 2010a) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมจากการให้ความหมายในครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 2000 ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมุ่งเน้นในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว และแก้ปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

ดังนั้น จึงอาจสรุปนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการสร้างคุณค่าด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง และเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และการออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน อันจะนำไปสู่เป้าหมายของการเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ (Richards, 2010a) ดังแสดงในแผนภาพที่ 3



รูปที่ 3 ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 6 ประการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทอผ้าพื้นเมืองของชาวเมารี ประเทศนิวซีแลนด์ จะสร้างทักษะด้านการทอผ้าให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหาร ของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งมีชื่อเสียงด้านนี้ นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะการปรุงอาหารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกอบอาหาร เป็นต้น

2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า ตัวอย่างเช่น ประสบการณ์ทางดนตรีพื้นเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้จากการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีของประเทศเม็กซิโก ประสบการณ์และทักษะด้านศิลปะการวาดภาพ การแกะสลัก จากการเข้าร่วมงานศิลปะในป่าของประเทศแคนาดา เป็นต้น

3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์” อาทิ เปลี่ยนจากการขายมีดลักโยล (Laguirole) ซึ่งเป็นงานฝีมือแบบดั้งเดิมของประเทศฝรั่งเศส เป็นการขายการสอนทำมีดจากมืออาชีพในท้องถิ่น เป็นต้น

4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูง เป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน อาคารแสดงผลงานศิลปะ อนุสาวรีย์ต่าง ๆ ส่วนวัฒนธรรมประจำวันจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้านตามชนบท สภากาแฟ เป็นต้น

5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในนิวซีแลนด์ ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลายรูปแบบ อาทิ การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้า การสร้างงานไม้ และการทำอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด โดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ เป็นต้น

6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน อาทิ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความโดดเด่นด้านอาหารพื้นเมือง จึงนำจุดเด่นด้านนี้มาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยจัดให้มีกิจกรรมการสอนการทำอาหาร วิธีการปรุงอาหาร ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเดิมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ตามองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ประเภทประวัติศาสตร์	โบราณวัตถุ และศาสนา ประเภทศิลปวัฒนธรรม	ประเพณี และกิจกรรม ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
มรดกโลก	อุทยานประวัติศาสตร์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	ศิลปะ งานฝีมือ
สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	สาธารณูปโภค บริการที่พัก สถานบริการ ระบบการจัดการระบบสื่อความหมาย	สาธารณูปโภค บริการที่พัก สถานบริการ ระบบการจัดการระบบสื่อความหมาย
ผลกระทบที่ได้รับ (บวก / ลบ)	แง่บวก แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความหลากหลาย แง่ลบ วัฒนธรรมถูกทำลาย	แง่บวก ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว แง่ลบ ยังไม่รู้จักกันแพร่หลายและยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน
การตลาดและการประชาสัมพันธ์	เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และอินเทอร์เน็ต	เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และอินเทอร์เน็ต
นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวต้องการส่วนร่วมน้อย ในกิจกรรมการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น ในกิจกรรมการท่องเที่ยว

ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยและในต่างประเทศ

จากนิยามและลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถแสดงตัวอย่างของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยได้ดังตารางที่ 2 และตารางที่ 3 ซึ่งแสดงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะกิจกรรม และรายละเอียดกิจกรรม ดังนี้

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

กิจกรรมการท่องเที่ยว	ลักษณะกิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในนิวซีแลนด์ ประเทศนิวซีแลนด์	งานฝีมือ หัตถกรรม โบราณ ภาษาถิ่น	การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านหลายช่องทางจนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ เช่น การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารี การทอผ้า การทำขนม และอาหารท้องถิ่น

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ (ต่อ)

กิจกรรมการท่องเที่ยว	ลักษณะกิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
การทำมีดล็กโยล (Laguiole) ประเทศฝรั่งเศส	งานฝีมือแบบโบราณ	เรียนรู้การทำมีดล็กโยล (Laguiole) ด้วยตนเองโดยการแนะนำของมืออาชีพ ตั้งแต่ขั้นตอนของการเลือกวัสดุ การแกะสลัก การขัดเงา ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก
ศิลปะในป่า ประเทศแคนาดา	การวาดภาพวาด การแกะสลัก และการถ่ายภาพ	การทำงานส่วนใหญ่เกิดจากแรงบันดาลใจและจากประสบการณ์จากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น การวาดภาพ การทำรูปปั้น การแกะสลักและการถ่ายภาพ สามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกในเชิงสร้างสรรค์ผนวกกับประสบการณ์และความรู้สึก
เทศกาลดนตรี ประเทศเม็กซิโก	ดนตรีพื้นบ้าน ของชาวเม็กซิกัน	งานเทศกาลนี้ช่วยสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับในท้องถิ่น รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับดนตรีและวัฒนธรรมเม็กซิกัน เป็นการถ่ายทอดเพลงและวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น
วิธีการทำและการปรุงอาหารคาตาลัน เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	วิธีการทำอาหารและการปรุงอาหาร	เรียนรู้เกี่ยวกับความหลากหลายและคุณภาพของอาหารคาตาลัน การเข้าชมการทำอาหาร และการปรุงอาหาร จะทำเป็นกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน อาหารบางสูตรเป็นอาหารมีชื่อเสียงที่สุดของคาตาลัน

(Richards and Wilson, 2006)

จากตารางที่ 2 จะเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีการจัดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก โดยลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ วัฒนธรรมท้องถิ่นแบบดั้งเดิมที่เกิดขึ้นในวิถีชีวิตประจำวัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของกิจกรรม พบว่า ในแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวจะส่งผ่านความรู้และประสบการณ์ของท้องถิ่นไปสู่นักท่องเที่ยวผ่านผู้รู้ในชุมชนท้องถิ่น โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ จะได้รับคำแนะนำจากมืออาชีพตลอดเวลา บางกิจกรรมอาจต้องอาศัยประสบการณ์ผนวกกับความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เช่น การวาดภาพ การแกะสลัก และการถ่ายภาพ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ การดำเนินงานเป็นกลุ่มเป็นกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ และทัศนคติซึ่งกันและกัน ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสำหรับคนในท้องถิ่น พร้อมทั้งยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยเช่นกัน

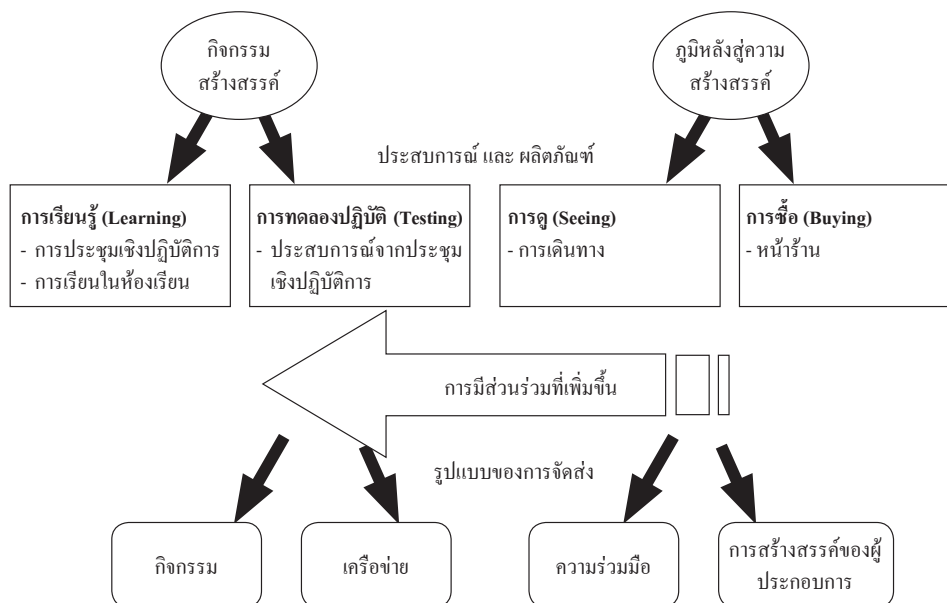
ตารางที่ 3 ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

กิจกรรมการท่องเที่ยว	ลักษณะกิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม
อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ อนุรักษ์วิถีชีวิตไทย ให้ดำรงอยู่คู่สายน้ำ จังหวัดสมุทรสงคราม	วิถีการดำรงชีวิตอยู่ กับแม่น้ำ	ชมการดำรงชีวิตอยู่คู่กับสายน้ำมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาและ เคยเป็นศูนย์กลางการค้าขายทางน้ำที่คับคั่ง มีตลาดน้ำ เรือนแพ บ้านเรือนทั้งสองฝั่งคลองอุดมไปด้วยสวนไม้ผล และพืชผักที่ มีชื่อเสียง
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “สายใยรัก...จากแม่สู่ลูก” ในช่วงวันแม่ จังหวัดนครปฐม	การเดินทางเยี่ยมชม สถานที่สำคัญต่าง ๆ และทำกิจกรรม ร่วมกัน	สัมผัสความงามแบบผสมผสานของพระราชวังสนามจันทร์ กราบสักการะพระปฐมเจดีย์ พร้อมกิจกรรมนวดให้แม่และลูกได้ สร้างความสัมพันธ์อันอบอุ่น ด้วยการสัมผัสจากการเรียนนวด แผนไทยกับศาสตร์โบราณซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกของชาติ
การละเล่นชั้นสูง จังหวัดราชบุรี	งานฝีมือแบบ ดั้งเดิม	ชมการออกแบบลวดลายไทยเชิงจิตรกรรม งานฝีมือแกะสลัก ประณีต นาฏศิลป์ การละครประกอบบทพากย์ บทขับร้อง และ ดนตรีปี่พาทย์ โดยริเริ่มมาตั้งแต่ครั้งกรุงสุโขทัย

จากตารางที่ 3 จะพบว่า ประเทศไทยเริ่มมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในหลายพื้นที่
ในภาคกลาง ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวจะเน้นเกี่ยวกับวิถีชีวิตในอดีต หัตถกรรม และศิลปะ
การแสดง รูปแบบกิจกรรมจะเป็นการเดินทางเยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่าง ๆ การชมงานฝีมือ เปิด
โอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวน้อย ขาดการมีส่วนร่วมจากคนในท้องถิ่น
ส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวไม่ได้แตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม นั่นคือ มีเพียงการเยี่ยมชม
สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่ได้มีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในเมืองไทยจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวน้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่เห็นถึง
ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ

แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของริชาร์ด (Richards, 2010b) พัฒนาขึ้นมาเพื่อ
อธิบายกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แสดงองค์ประกอบและความสัมพันธ์
ของแต่ละองค์ประกอบดังแผนภาพที่ 3



รูปที่ 3 แสดงแบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010b)

แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ระดับคือ ระดับของการสร้างประสบการณ์และผลลัพธ์ และระดับของการจัดส่งสินค้าและบริการ

ระดับของการสร้างประสบการณ์และผลลัพธ์ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก คือ ภูมิหลังสู่ความสร้างสรรค์และกิจกรรมสร้างสรรค์ อธิบายได้ ดังนี้

1. ภูมิหลังสู่ความสร้างสรรค์ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจะนำมาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำไปสู่การสร้างประสบการณ์และผลลัพธ์ใน 2 ลักษณะ คือ การดู (Seeing) และการซื้อ (Buying) เช่น การเดินทางมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว และซื้อของที่ระลึกจากหน้าร้านของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีอยู่ในการท่องเที่ยวทั่วไป

2. กิจกรรมสร้างสรรค์ เป็นกิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ทักษะและประสบการณ์จากการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วย กิจกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) และกิจกรรมที่เกิดจากการทดสอบหรือทดลองปฏิบัติ (Testing) เช่น การเรียนในห้องเรียน

การอบรมในห้องประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการลงมือทำในสถานที่จริง เป็นต้น

ระดับของการจัดส่งสินค้าและบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 4 องค์ประกอบ คือ

1. การสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามลักษณะทรัพยากรที่ปรากฏในท้องถิ่น

2. ความร่วมมือจากชุมชนในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว

3. เครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ ที่จะนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว

จะเห็นว่า การเติบโตอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ที่สำคัญคือ การเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในท้องถิ่น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษาของ ริชาร์ดในปี 2010 (Richards, 2010b) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีทั้งสิ้น 11 ปัจจัย ดังแสดงในแผนภาพที่ 4



รูปที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เมื่อนำปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาวิเคราะห์ในมิติของการท่องเที่ยวไทยได้ ดังนี้

1. **บริบท** หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น สำหรับประเทศไทย นับว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค ประเทศไทยถือว่าเป็นเมืองประวัติศาสตร์มีความเป็นมาที่ยาวนานกว่า 700 ปี มีปราสาท พระราชวัง วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และความเชื่อกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ และปราสาทเขาพระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น

2. **การมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น** หมายถึง การเปิดโอกาสให้องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ประเทศไทยมีการปกครองแบบลำดับชั้น และกระจายอำนาจสู่การปกครองในระดับล่าง อาทิ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน บางพื้นที่อาจมีหัวหน้าชุมชน ซึ่งบุคคลทั้ง 3 กลุ่มมาจากบุคคลในท้องถิ่น ทำให้มีความรู้เรื่องท้องถิ่นเป็นอย่างดี และสามารถขอความร่วมมือจากประชาชนให้เข้ามาส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่ และสามารถดำเนินการในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. **การมีพันธมิตร** หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน อาทิ เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมศิลปากร และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้จะกระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ของชุมชน หากมีการสร้างความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจะทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. **การวางแผนระยะยาว** ได้แก่ การวางแผนล่วงหน้าในการจัดการท่องเที่ยวและการวางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยการวางแผนระยะยาวอาจอิงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีวาระ 5 ปี การวางแผนให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจะช่วยให้การบริหารจัดการมีทิศทางที่แน่นอน พร้อมทั้งสามารถสามารถขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐได้ด้วยเช่นกัน ขณะเดียวกันต้องวางแผนการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งถือว่ามีความสำคัญมาก

5. **การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน** ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องระบุให้ชัดเจนว่าวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ต้องการนำเสนอในแง่ใด อาทิ การนำเสนอวัฒนธรรมด้านวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากชุมชนดังกล่าวเป็นชุมชนที่อาศัยแม่น้ำในการค้าขายสินค้าและบริการ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

6. **การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดี** หมายถึง การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำแบบใครเป็น

การสร้างจุดแข็งให้กับชุมชน ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย แม้จะอยู่ในภูมิภาคเดียวกันแต่ก็มีความแตกต่างกัน อาทิ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีภาษาที่ค่อนข้างหลากหลาย เช่น ภาษาโคราช ภาษาไทยอีสาน ภาษาเขมร ภาษาส่วย ภาษาเยอ เป็นต้น ซึ่งภาษาเหล่านี้ถือว่าเป็นจุดแข็งของแต่ละพื้นที่ที่สามารถนำมาจัดในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภาษาท้องถิ่น

7. การมีอิสรภาพในการบริหารจัดการ ได้แก่ การที่ชุมชนมีอิสรภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องควรได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสถานประกอบการและชุมชน ไม่ควรได้รับผลประโยชน์เพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง โครงสร้างการบริหารจัดการควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และมีอิสระในการดำเนินงาน อาทิ การเปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามความเหมาะสมของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น

8. การสื่อสารและการตลาดที่ดี หมายถึง การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจุบันการสื่อสารของไทยถือว่ามีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเข้าถึงเกือบทุกพื้นที่ของประเทศ ขณะเดียวกันเทคโนโลยีการสื่อสารยังช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเปิดรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเอง สื่อประชาสัมพันธ์ของไทยมีทั้ง สื่อเก่า เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งต่างช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น สะดวกและรวดเร็วขึ้น

9. การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ ได้แก่ การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนในปริมาณมาก ปัจจุบันหลายองค์กรให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ให้การสนับสนุนงบประมาณการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ก็มีหลายชุมชนที่ต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองให้อยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูงในขณะงบประมาณที่ให้การสนับสนุนมีจำนวนจำกัด การมองหาแหล่งเงินทุนในท้องถิ่นจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ปัญหาด้านเงินทุนได้

10. การมีผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง หมายถึง การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และทักษะในการพัฒนาคน เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการดำเนินงานโดยชุมชนเป็นหลัก ผู้นำชุมชนจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ในปัจจุบันผู้นำชุมชนท้องถิ่นของไทยยังขาดความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชัดเจน เพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้นำชุมชนจึงมี

ความสำคัญมาก

11. การเมือง หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการที่นำมาใช้เพื่อจัดระเบียบความสัมพันธ์ภายในรัฐระหว่างผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง การเมืองของไทยยังถือว่ามีความเสถียรภาพน้อย เกิดการแตกแยกทางวิชาการเมืองอย่างเห็นได้ชัด ทั้งการก่อการร้ายในบางพื้นที่ ซึ่งแท้จริงแล้วการเมืองมีความสำคัญมาก เพราะการเมืองมีส่วนสำคัญในการผลักดันและสนับสนุนให้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในเมืองไทย พร้อมทั้งสร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยตามปัจจัยสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ ชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยมีศักยภาพที่จะสามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์สามารถจัดให้อยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างหลากหลาย อาทิ แต่ละภูมิภาคของไทยต่างมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย การรับประทานอาหาร และภาษาในการสื่อสาร แม้จะอยู่ภูมิภาคเดียวกันในระดับจังหวัดก็มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน หากประกอบกับการได้รับความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่น อาทิ เจ้าของธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร หน่วยงานภาครัฐ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมศิลปากร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และมีการวางแผนการท่องเที่ยวระยะยาวให้มีความชัดเจน โดยอิงจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อให้มีทิศทางการบริหารจัดการที่แน่นอน ประเทศไทยจะสามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ดี ในการศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ พบปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยมี 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) ขาดแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ เนื่องจากมีหลายชุมชนประสงค์จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูง (2) ขาดผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง ทั้งนี้ ผู้นำชุมชนท้องถิ่นยังขาดความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ (3) การเมืองไทยยังขาดเสถียรภาพ เกิดการแตกแยกทางวิชาการเมือง การก่อการร้ายในบางพื้นที่ ดังนั้น การเร่งแก้ไขอุปสรรคที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของไทย เป็นเรื่องที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันแก้ไข เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น อันจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในลำดับต่อไป

สรุป

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล แต่จากโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ที่นอกจากต้องการขายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่นแล้วยังต้องการธำรงรักษาเนื้อหาทางวัฒนธรรม ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มี

ความยั่งยืน นำมาสู่รูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวคือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจาก ชุมชนท้องถิ่น เป็นการสร้างคุณค่าให้กับชีวิตจากประสบการณ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมการผลิต สินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ได้รับความนิยมอย่างมากในต่างประเทศ เช่น ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศฝรั่งเศส ประเทศแคนาดา ประเทศเม็กซิโก และประเทศสเปน เป็นต้น แต่สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ยังคงเป็นเรื่องใหม่ แม้จะมีหลายหน่วยงานที่ผลักดันและสนับสนุนงบประมาณใน การดำเนินงาน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เป็นต้น แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองไทยยังไม่เป็น ที่รู้จักกันแพร่หลาย เนื่องจากยังขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบกับ ประเทศไทยยังขาดปัจจัยสนับสนุนบางประการในการที่จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประสบความสำเร็จ เช่น ขาดแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ ขาดผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง และ การเมืองไม่มีเสถียรภาพ การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การเริ่มต้นด้วยการศึกษาวิจัยเพื่อสร้าง องค์ความรู้ และรูปแบบที่เหมาะสมของการจัดการท่องเที่ยว ตลอดจนรูปแบบในการสร้างความร่วม มือกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวในบริบทของสังคมไทยจะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยมีแบบแผนที่ถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์เป็นที่รู้จักมากขึ้นในเมืองไทย และส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยพัฒนาไปสู่ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- บุรชัย ศิริมหาสาคร. (2550). *จัดการความรู้สู่ความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ประภัทร สุทธาวศ. (2550). *วิวัฒนาการและพัฒนากิจการท่องเที่ยว*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. (2554). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ต่อยอด เพิ่มคุณค่า หาดูต่าง* [ออนไลน์]. ได้จาก: http://www.etatjournal.com/upload/245/9_Creative_Tourism.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555–2559)* [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์* [ออนไลน์]. ได้จาก: http://www.dasta.or.th/th/Sustain/sub_sustain.php?SystemModuleKey=Create &Active=Create_Guide
- Goeldner, C. R. and Ritchies, B. J. (2006). **Tourism: Principles, practices and philosophies**. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture. **Tourism management** 27: 1209–1223.

- Richards, G. (2010a). Creative Tourism and Local Development. In Wurzburger, R. (Ed.). **Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe.** (pp. 78–90). New Mexico, USA.
- Wurzburger, R. (2010). Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference A Global Conversation on Best Practices and New Opportunities. In Wurzburger, R. (Ed.). **Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe.** (pp. 15–25). New Mexico, USA.
- Binkhorst, E. (2006). **The Co–Creation Tourism Experience** [On–line]. Available: http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf
- Richards, G. (2010b). **Creative Tourism and Cultural Events** [On – line]. Available: <http://www.docstoc.com/docs/68264727/Creative-tourism-and-cultural-events>

