

## การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวไทย

### CREATIVE TOURISM FOR TO PREPARE THAI TOURISM

ดร.จิตติศักดิ์ เวชกามา  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

#### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรม จากหลายหลากนักวิชาการ เพื่อนำเสนอแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวไทย โดยนำเสนอความเป็นมา ความหมาย ประเภท รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวชนิดหนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกับการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการสื่อความหมายและการนำเสนอรูปแบบใหม่ๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มีงบประมาณในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งสูง เนื่องจากประสบความสำเร็จในชีวิตจึงใช้เวลาในการท่องเที่ยวแต่ละสถานที่นาน เดินทางเป็นคู่หรือกลุ่มเพื่อนสนิท เน้นการหาประสบการณ์แปลกใหม่ เลือกใช้บริการที่พักที่มีความสะดวกสบายและปลอดภัย และต้องการเรียนรู้และเข้าถึงวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์อย่างลึกซึ้ง ประเทศไทยเป็นสถานที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยิ่ง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ นวดไทย ทำอาหารไทย มวยไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชุมชน และคนไทยต้องให้ความร่วมมือในการจัดการ รักษา ดูแล จัดการการท่องเที่ยวให้เป็นที่สนใจโดยเน้นอัตลักษณ์ของวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือให้ชุมชนมีโอกาสใช้สิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่ เจ้าของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชน ในการกำหนดทิศทาง เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง พร้อมกับสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนในการร่วมกันจัดการการท่องเที่ยว ที่รับผิดชอบต่อชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การเตรียมความพร้อม

#### ABSTRACT

Purpose of this Article is to review literary distinction from scholars to offer creative ideas to travel to the well-prepared Thai tourism The presentation of the meaning, it is a type of tourism that is a creative form of tourism has been one of the attention of the visitors because it is a learning experience together with the tourists in a meaningful format and presentation of the new format. This group of travelers is high potential tourists. With the budget in each tourist is higher because of the success in life,

so take the time to visit each location for a long time. Couples or groups of friends now! Select the service with comfort and safety, and learning and access to cultural or historical, profound. Thailand is a place where there is a wide variety of cultural attractions for the creative activities that tourists want to learn more. Top three Thai massage, Thai cooking Thai boxing Community and people of Thailand must be kept, and cooperation in the management of Tourism Management, it is an interesting character with a focus on local wisdom of life and culture and history the owners of culture and identity of the community in order to define the direction of the tour with their own creative activities with the understanding that the visitors and the community in the management of tourism.

**KEYWORDS:** Tourism, Creative Tourism, Preparedness

### บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมตามมาทำให้ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญมากขึ้นซึ่งนี้เกิดจากเป้าหมายของการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมมุ่งเน้นการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกระบวนการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์และเพิ่มความสำเร็จเกี่ยวกับความยั่งยืนควบคู่ไปกับการดำเนินงานการตลาดที่เป็นการท่องเที่ยวแบบเน้นจำนวนที่มีแนวโน้มทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวถูกทำลาย หลายหน่วยงานจึงมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เป็นเป้าหมายของอุตสาหกรรมแทน เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และทิศทางการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ ชมความงดงามของธรรมชาติ สิ่งก่อสร้าง โบราณสถานต่างๆเริ่มให้ความสนใจ และนิยมการท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ และการใส่ใจในธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเป็นพิเศษ ทำให้มีการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นท่องเที่ยวด้วยความเข้าใจ เกิดการเรียนรู้ เกิดประสบการณ์ใหม่ๆ เข้าใจถึงคุณค่าสิ่งล้ำค่าของประเทศ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้บริษัทนำเที่ยว โรงแรมที่พักที่ให้บริการที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมซึ่งแนวโน้มนี้ได้เริ่มกระจายไปยังนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ประเทศไทยเป็นจุดหมายด้านการท่องเที่ยวของนานาชาติอย่างต่อเนื่องจากลักษณะที่โดดเด่นของประเทศซึ่งมีประวัติศาสตร์โบราณคดีอันเป็นอารยะ มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีความงดงามทางประเพณีวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งพันธุ์พืชและสัตว์ที่น่าสนใจ และที่เป็นส่วนสำคัญยิ่งคือ ประชาชนชาวไทยมีจิตใจโอบอ้อมอารี เต็มไปด้วยมิตรไมตรี ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในพัฒนาการท่องเที่ยวได้ในหลากหลายมุมมองและหลากหลายกระบวนการซึ่งการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อมุ่งไปสู่รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์นั้นจะต้องเริ่มต้นด้วยการนำเสนอแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์แก่ชุมชน เกิดเป็นต้นแบบของแนวทางการดำเนินงานด้านการพัฒนาท่องเที่ยว เพื่อหารูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การสร้างเครือ

ข่ายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ พร้อมกับประเมินผลลัพธ์หรือประโยชน์ที่ผู้มีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนจะได้รับ ทั้งที่สามารถจับต้องได้ เช่น รายได้ และที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความสามัคคี ความหวงแหนในท้องถิ่น ตลอดจนศึกษาผลดีผลเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ต่อการพัฒนาชุมชนในประเทศไทย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2555)

ที่ผ่านมาชุมชนในประเทศไทยได้มีการนำแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ การจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมจะเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการก่อเกิดจิตสำนึกร่วมกันในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศในชุมชน ทั้งจากการร่วมคิด ร่วมทำ สร้างกระบวนการกลุ่ม เมื่อมีการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จแล้ว ยังสามารถขยายผลไปในพื้นที่ข้างเคียงและพื้นที่อื่นๆ ได้ แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนจะเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย จนกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีรากฐานจากชุมชนสร้างสรรค์ และต้องใช้ทุนทางสังคมต่างๆ เพื่อสร้างการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ดังนั้น จึงมีหลายหน่วยงานในประเทศที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้เตรียมความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในปี 2556 โดยใช้งบประมาณ 604 ล้านบาท เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์การพัฒนา 7 พื้นที่พิเศษให้ชุมชนได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ โดยมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน ขับเคลื่อนด้วยแนวคิดผลประโยชน์ชุมชนผ่านการท่องเที่ยว (Community Benefitting Through Tourism : CBTT) ระหว่างปี 2556-2557 ส่วนด้านสังคม ได้จัดทำดัชนีชี้วัด ชุมชนอยู่ดีมีสุข อิงแนวทางของกรมการพัฒนาชุมชน ทั้งนี้มีเป้าหมายให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยเข้าไปเสริมขีดความสามารถภายใต้ 3 จุดเด่น คือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) ใช้แนวความคิดสร้างสรรค์และเน้นให้คนพื้นที่มีส่วนร่วมคิดร่วมทำ โดยเลือกพื้นที่นำร่อง 2 แห่งมาพัฒนาเส้นทางขายร่วมกับเอกชน ได้แก่ สยามคไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (ทีดำ) ในพื้นที่พิเศษจังหวัดเลย ภายใต้แนวคิด Leisure Loei นำเสนอภาพลักษณ์เป็นเมืองแห่งการพักผ่อน โดยร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี นำเสนอจุดขาย ดันกำเนิดอารยธรรมสุวรรณภูมิ แต่ยอมรับว่าพื้นที่นี้ยังขาดสิ่งดึงดูดใจ แต่ได้เริ่มแนวคิดท่องเที่ยวเชิงศาสนา ให้จัดสร้างพระพุทธรูปแกะสลักในภูเขาเทียม ซึ่งเป็นโครงการภายใต้การดูแลของวัดท่าเทียม (กรุงเทพฯ, 2555)

อย่างไรก็ตามหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของไทยยังคงเน้นการท่องเที่ยวเชิงตัวเลขโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และผลเสียในด้านอื่นๆ ที่ตามมา ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งชุมชน และคนไทยต้องให้ความร่วมมือในการจัดการดูแลการท่องเที่ยวให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยเน้นเรื่องอัตลักษณ์ของวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ โดยใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือให้ชุมชนได้มีโอกาสใช้สิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่ เจ้าของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนในการกำหนดทิศทางและสร้างสรรค์

กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง พร้อมกับสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนได้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อชุมชน (Social Responsible Tourism) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้นบทความฉบับนี้จึงขอแนะนำเสนอเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ได้ทราบเพื่อเกี่ยวกับประเภท และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งแนวทางการเตรียมความพร้อมของการท่องเที่ยวเป็นเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันจากการท่องเที่ยวแบบเดิมที่ให้ความสนใจกับการพักผ่อน หย่อนใจ (Sun-Sea-Sex Tourism) มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สองที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม และใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว และยุคที่สาม ในกระแสการท่องเที่ยวที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ โดยเน้นย้ำถึงความผูกพันของนักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน-Visitor-Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้ปฏิบัติจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Active Participation) และเป็นผลให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). 2555 ) ต่อมาในปี พ.ศ.2544 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) มีความตกลงว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม (The UNESCO Universal Declaration of Cultural Diversity) เพื่อยอมรับให้มีการกำหนดมาตรฐานนานาชาติเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการพิทักษ์รักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการสนทนาระหว่างวัฒนธรรม ในปีต่อมาได้ริเริ่มโครงการพันธมิตรระดับโลกเพื่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Global Alliance for Cultural Diversity) เพื่อให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมได้เกิดขึ้นจริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ปี พ.ศ.2547 เพื่อดำเนินการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของโลกจึงเสนอโครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The Creative Cities Network) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่จะนำไปสู่รูปแบบใหม่ของการร่วมมือในระดับนานาชาติ ในภาคประชาชน เอกชน สาธารณะและประชาคม โครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์มี 7 กลุ่มได้แก่ (1) วรรณกรรม (Literature) (2) งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk art) (3) งานออกแบบ (Design) (4) ดนตรี (Music) (5) อาหาร (Gastronomy) (6) ภาพยนตร์ (Cinema) (7) สื่อศิลปะ (Media Arts) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน, 2555) โดยเมืองหนึ่งเมืองใดที่จะเข้าร่วมเป็นเมืองสร้างสรรค์ภายใต้การประกาศรับรองโดยยูเนสโกจะต้องเลือกเสนอตนเองได้เพียงประเภทเดียวเท่านั้นจากกลุ่มต่างๆ นอกจากเป้าหมายที่สนับสนุนความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาในระดับนานาชาติและเพื่อตั้งหลักตอบรับกับผลกระทบในระดับโลกโดยความพยายามที่จะเชื่อมโยงเมืองต่างๆ เข้าด้วยกันแล้วยังได้กล่าวถึงความเป็นไปได้ในการสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Creating New Tourism Opportunities) ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถรับและเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเมืองนั้นๆ ทั้งวัฒนธรรมในลักษณะที่จับต้องได้และเป็นนามธรรม (Tangible and Intangible Cultural) โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเอง โครงการจึงเน้นถึงความ

ผูกพัน (Engaged) ความจริงแท้ผ่านประสบการณ์ (Authentic Experience) ซึ่งเป็นการส่งเสริมกิจกรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน (Active Understanding of the Specific Cultural Features of a Place

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงไม่ใช่เรื่องใหม่เพราะกิจกรรมหลายอย่างมีอยู่แล้ว เช่น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ การเข้าคอร์สฝึกทำอาหารไทย การนวดแบบแผนไทย ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้สามารถเชื่อมโยงและพัฒนาให้รองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ เพราะเป็นกิจกรรมทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนไทยในมิติที่มีความลึกมากขึ้น การพัฒนาจากจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อค้นหาเสน่ห์และวัฒนธรรมที่แตกต่างแล้วนั้น ยังมีจุดเด่นที่เห็นได้ชัดเจนอีกประการหนึ่งคือ การสนับสนุนให้ชุมชนที่อยู่อาศัยเกิดสำนึกรักในเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ ซึ่งเป็นหัวใจหลักส่วนหนึ่งที่จะช่วยทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนนั้นๆ มีความยั่งยืนมากขึ้นซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันในการพัฒนาต่อไป

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน ด้วยการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผสานกับจุดแข็งของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นไทย เพื่อเป็นแรงผลักดันในการสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในการดำรงชีวิต และอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) ที่รัฐให้ความสำคัญมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านศิลปะ วิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ ซึ่งรายได้จากการส่งออกของไทยส่วนหนึ่งอยู่ในภาคหัตถกรรมและงานฝีมือเช่นกัน ทั้งงานแกะสลัก งานจักสาน ล้วนเป็นผลงานมาจากชนชั้นระดับรากหญ้าทั้งสิ้น แต่เราต้องดูความเป็นไปได้ ให้จับต้องได้ โดยต่อยอดและเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์ ที่สำคัญเราต้องพยายามเชื่อมโยงไปหาเรื่องการท่องเที่ยวให้ได้ เพราะประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวถึง 14 ล้านคน มากที่สุดในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีองค์ประกอบร่วมในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจหลายประการ อาทิ การใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรมการสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ นอกจากนี้การพัฒนาทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศจะสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์ภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์ได้นั้นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจหลักที่สำคัญหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็คือการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการโดยการใช้ความคิดทักษะพิเศษความคิดสร้างสรรค์ ประเทศไทยได้นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการพัฒนาประเทศตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 จนถึงฉบับที่ 11 เพื่อเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศทั้งในระดับชาติและภูมิภาค โดยในระดับภูมิภาคนี้เองได้มีโครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเป็นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปใช้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น (เสาวรภัย กุสุมาณ อยุรยา, 2553 : 23-25) ดังนั้น ถ้าหากจะนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่านั้นจึงไม่ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของ

เทคโนโลยีที่ทันสมัยหรือแรงงานจำนวนมากแต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรจะเป็นการนำปัจจัย 4 ประการคือทุนมาบวกกับความคิดสร้างสรรค์และผสมเข้ากับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและทักษะเฉพาะตัวนำมาสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวขึ้นตอนกระบวนการที่ผลักดันแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ (1) การสำรวจสังคมและตัวตนครอบคลุมเรื่องฐานทรัพยากร (Natural / Cultural Assets) เอกลักษณ์อัตลักษณ์ (Identity) ภูมิปัญญา (Wisdom) (2) ค้นหาความโดดเด่น ความแตกต่างความเฉพาะตัวลักษณะพิเศษ (Differentiation for Value) (3) เติมความคิดสร้างสรรค์ (Value Creation) (4) ดีความใหม่เพื่อให้เข้ากับตลาด (Redefine for Marketing) (5) คิดนอกกรอบทำนอกสูตร (Think out of the Box)

### ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากการประชุมเตรียมการสำหรับการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ UNESCO ในระหว่างวันที่ 25-27 ตุลาคม พ.ศ.2549 ที่เมืองซานตาเฟ รัฐนิวเม็กซิโก สหรัฐอเมริกา ได้มีการกำหนดคำนิยามของ “Creative Tourism” หรือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ ผ่านประสบการณ์ตรง และการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรมหรือในภาษาอังกฤษว่า “Creative Tourism is tourism directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of a place.” นอกจากนี้ยังมีหลายหน่วยงานได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นจึงได้มีการดำเนินการและให้ความหมายไว้ ดังนี้

นาฟีกอดิกลัด แสงสนิท (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน, 2555) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ด้วยการสร้างคุณค่าให้กับอัตลักษณ์นั้นๆ แต่มีข้อควรผลิตความคิดสร้างสรรค์ออกมาอย่างเดียว จะต้องได้มีกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วย นั่นคือ ชุมชนจะต้องมีความเห็นพ้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวดังกล่าวมีส่วนร่วมกับการทำกิจกรรมนั้นๆ และได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นด้วย จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยตรง ก็คือ ชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องยอมรับเทรนด์การท่องเที่ยวใหม่นี้ด้วยการนำตัวเองเข้าไปมีประสบการณ์จริงในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการลงมือทดลอง ปฏิบัติ เรียนรู้ร่วมกับคนในชุมชนด้วยตนเอง

สุรพล เสวตเศรณี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) ได้ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นเทรนด์ท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ โดยรูปแบบเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์ตรง (Hands on Experience) จากสถานที่นั้นๆ เช่น เรียนรู้และลงมือทำงานศิลปะ กิจกรรม วัฒนธรรมของสถานที่นั้นๆ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์สุดพิเศษที่ไม่มีวันลืมเลือน

มูทริกา พุกษาพงษ์ (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2555) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวิถีการอยู่อาศัย การประกอบอาชีพ อาหารการกิน ศิลปหัตถกรรม และอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ผ่านการพูดคุยสนทนา และผ่านกิจกรรมทดลองปฏิบัติต่างๆ เช่น ทดลองทำอาหาร ทดลองทำศิลปหัตถกรรม หรือทดลองใช้ชีวิตตามอย่างผู้คนในชุมชน หรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจในวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้นๆ ผ่านประสบการณ์ตรง เรียกว่าเป็นวิถีการเรียนรู้แบบมีชีวิตนั่นเอง

ดังนั้นการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่างๆ ในชุมชน ในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะหน่วยงานที่รับผิดชอบและเจ้าของชุมชน ต้องร่วมมือเพื่อค้นหาวิธีการและแนวทางในการนำเสนอวิถีชีวิต การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้สัมผัสกับเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ และนำประสบการณ์ที่ดีที่ได้รับจากชุมชนที่ถือเป็นความท้าทายอย่างหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่จะค้นหาวิธีการสร้างมูลค่าให้สอดคล้องกับคุณค่าศิลปวัฒนธรรม และวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงมูลค่าและคุณค่าต่างๆ ว่ามีความแตกต่างจากสินค้าและบริการทั่วไปอย่างไร ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงขอแนะนำเสนอเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ รูปแบบ และประเภท ดังนี้

หลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Basic of Creative Tourism) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน, 2555 : ออนไลน์) ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ดังนี้ (1) เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เลียนแบบใครและเป็นต้นแบบอย่างแท้จริง (Originality) และมีความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity) (2) มีการจินตนาการ (Imagination) และมีความจรรโลงใจ (Inspiration) ที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์ (3) มีองค์ความรู้ (Knowledge) แฝงไว้ด้วยศิลปะ (Arts) และกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น (4) เกิดจากการฉลาดคิด (Ingenuity) กลายมาเป็นประดิษฐกรรม (Inventiveness) (5) เป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual assets)

### ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สถาปัตยกรรม แบ่งเป็นกลุ่มย่อยคือ กลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น ศิลปะงานฝีมือ เทศกาลงานประเพณีต่างๆ และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น

2. ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น และ ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ การแสดงละคร เป็นต้น

3. ประเภทวิถีชีวิต (Lifestyles) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การดำรงชีวิตหรือวิถีการทำมาหากินของคนในชุมชนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ วิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสาเหิง ย่านเยาวราช ย่านบางลาพู ย่านเมืองเก่า น่าน ย่านเมืองเก่าแปดริ้ว ย่านถนนนางงามสงขลา เป็นต้น และวิถีชีวิตสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านช้างตากกลาง อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก การเลี้ยงนกเขา อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา การทำนา การทอผ้า การทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

4. ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับกลุ่มคนกลุ่มใหญ่หรือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ งานสื่อสิ่งพิมพ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Publishing and Printed Media) เช่น คู่มือท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว หรือสิ่งพิมพ์อื่นๆที่มีส่วนสร้างความน่าสนใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ และสามารถสื่อในสิ่งที่มีคุณค่าให้เกิดความน่าสนใจ เป็นต้น และงานโสตทัศน (Audiovisual) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการเป็นมาของต้นแบบ (Originality) ความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity) ของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่นั้นๆ เป็นต้น

5. ประเภทการตอบสนองความต้องการของลูกค้านำ (Functional creation) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบห้องพักในโรงแรม รีสอร์ท การออกแบบสินค้าของที่ระลึก ให้มีอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กลุ่มสื่อสมัยใหม่ (New Media) เช่น ระบบดิจิทัล ซอฟต์แวร์ เกมส์ต่างๆ และกลุ่มบริการทางความคิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Services) เช่น การบริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณานันทนาการ และบริการแนวคิดเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ

กระบวนการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Process of Creative Tourism)

1. นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม (Active Participation) และเรียนรู้ประสบการณ์ (Learning Experience) ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction)

2. นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์กับชุมชนในท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันก็ได้รับความรู้ประสบการณ์ ช่วยเพิ่มความชำนาญให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย

คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Properties of Creative Tourism

1. ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each Engaging the Other)

2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Engagement/Cultural Experience)

3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of Place/Deep Meaning/Understanding of the Specific Cultural of the Place)

4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on experience)

5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange Information/Transformation and Transformative Experiences)



6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More Participate than Observe)
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-creating Tourism Experience)
8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ประสบการณ์จริง (Authentic both Process and Product/Genuine Experience)
9. จดจำประทับใจเข้าใจ (Memorable/I hear and I forget, I see and I remember, I do and I understand)
10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Trailer-made Approach)

จากการแบ่งประเภทการท่องเที่ยวทำให้การท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนอาจมีการท่องเที่ยวหลายประเภทแต่ละแห่งก็มีจุดเด่นและเอกลักษณ์แตกต่างกันไปตามสถานที่ วัฒนธรรม และการจัดการ ทำให้สามารถแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ดังนี้

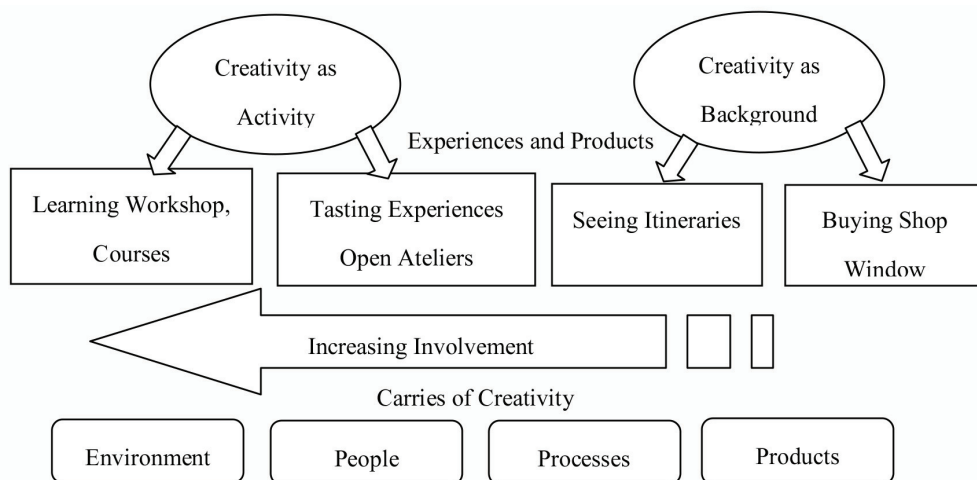
1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเอง โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างมุ่งมั่นตั้งใจในวิถีทางและประสบการณ์เรียนรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำกันอยู่เป็นประจำของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวอาสาเข้าไปทำหรือเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย

2. เป็นการสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิด จินตนาการของนักท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมขึ้นมาใหม่

3. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวมิใช่เป็นเพียงผู้ดูหรือผู้สังเกตการณ์หรือไปปรากฏตัวในที่นั้นๆ แต่เป็นผู้มีปฏิสัมพันธ์หรือเป็นผู้มีส่วนในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับคนในท้องถิ่น

4. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหน้าที่ของนักท่องเที่ยว ที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมรอบตัว และใช้ความรู้ให้เป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดความชำนาญได้พัฒนาขึ้นกว่าเดิม

จากหลักเกณฑ์และการแบ่งประเภทรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้เขียนขอนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวของต่างประเทศที่มีการแบ่งประเภทเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวไทยดังภาพประกอบ ดังนี้



ที่มา : Richards & Wilson (2006)

Modes of Creativity Tourism

### การเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวไทย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าปัจจัยกระตุ้นการท่องเที่ยวประกอบด้วย ปัจจัยภายใน เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าของที่ระลึก ภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเมือง เศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศ และปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก ความนิยมในการท่องเที่ยว การขยายเส้นทางคมนาคม การเปลี่ยนนโยบายระหว่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยปัจจัยกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยที่สำคัญ คือ การก้าวไปสู่ความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น การส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการ ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

1. พัฒนาและสร้างบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ และผลิตภัณท์ที่มีเอกลักษณ์ของพื้นที่เพิ่มขึ้นสร้างงานใหม่ๆ ในภาคการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น มัคคุเทศก์ งานด้านขนส่ง ช่างฝีมือของท้องถิ่น พนักงานต้อนรับ
2. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเสริมความแข็งแกร่ง ให้กับนโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยภาครัฐต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวย ผ่านการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการฝึกอบรม ส่วนภาคเอกชนรับผิดชอบในการสนับสนุนตนเอง ให้ข้อมูลในเรื่องที่คลุมเครือและสร้างเครือข่ายของตนเองในประเด็นปัญหาที่มีร่วมกัน
3. มุ่งเป้าหมายที่คุณภาพ ไม่เพิ่มอุปสงค์โดยการลดราคา
4. หน่วยงานภาครัฐสามารถประสานงานกับหน่วยงานที่มีอยู่ในเมือง และสร้างประโยชน์ร่วมกันผ่านความคิดริเริ่มของภาครัฐและภาคเอกชนส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศ
5. ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดผู้คนที่มีความสนใจในการปรับปรุงเมือง (Urban Renovation)

นอกจากแนวทางดังกล่าวแล้วชุมชนต่างๆ ควรนำแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเพราะสิ่งเหล่านี้เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวสร้างสรรค์การจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมจะเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการก่อเกิดจิตสำนึกร่วมกันในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศในชุมชน ทั้งจากการร่วมคิด ร่วมทำ สร้างกระบวนการกลุ่ม เมื่อมีการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จแล้วยังสามารถขยายผลไปในพื้นที่ข้างเคียงและพื้นที่อื่นๆ ได้แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนจะเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างเครือข่าย จนกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีรากฐานจากชุมชนสร้างสรรค์และต้องให้ทุนทางสังคมต่างๆ เพื่อสร้างการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

แนวทางการสร้างความสมดุลของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมิติเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2555) เช่น

1. การดำเนินงานในรูปแบบ Co-Creation ร่วมคิดร่วมวางแผนร่วมปฏิบัติร่วมรับผิดชอบและร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งการขับเคลื่อนกลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลจำเป็นที่จะต้อง มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ส่งเสริมประสานและสนับสนุนการดำเนินงานร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ ภาครีเอกชนภาคเอกชนและประชาชนให้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยการระดมบุคลากรงบประมาณเครื่องมือเครื่องใช้และองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ โดยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประชาชนและชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเช่นลดการสร้างขยะในแหล่งท่องเที่ยว การใช้พลังงานทดแทนการเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานทดแทนพลังงานทางเลือกและทรัพยากร อย่างฟุ่มเฟือยในแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการ พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้แก่วิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่นศิลปวัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลในส่วนของมิติสิ่งแวดล้อมจะต้อง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนคือภาครัฐบาลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการ พัฒนาการท่องเที่ยวภาคเอกชนและผู้ประกอบการต้องทำงานร่วมกันในลักษณะเพื่อสังคมเป็นหลัก มากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัวและหน่วยงานอิสระควรเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่าง จริงจัง

3. การเข้าสู่ยุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะต้องมีการแข่งขันและการเคลื่อนย้าย แรงงานระหว่างประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างเสรีความท้าทายนี้จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนา คนโดยเพิ่มศักยภาพแรงงานและผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวให้มีความเป็นมืออาชีพเพื่อสร้างมูลค่าด้าน การท่องเที่ยวโดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือจากสถาบันการศึกษาสายอาชีพที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ขณะเดียวกันก็สนับสนุนผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนในต่างประเทศรวมถึงส่งเสริมให้ชาวต่างชาติ เข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสร้างงานให้กับ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทย

4. สถานการณ์ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางการเมืองภัยธรรมชาติโรคระบาดที่ไม่ สามารถควบคุมสถานการณ์ได้อาจทำให้นักลงทุนส่วนใหญ่ขาดความเชื่อมั่นหรือชะลอการลงทุนได้ควร มีการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ โดยเฉพาะการออกกฎ ระเบียบมาตรการต่างๆที่เอื้อให้ประชาชนในพื้นที่ได้ร่วมรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เช่นด้านมาตรการทางการคลังมาตรการด้านสวัสดิการสังคมการให้สิทธิพิเศษทางภาษีการผ่อนปรนการ ใช้แรงงานต่างด้าว ฯลฯ อาจเป็นเงื่อนไขที่จะช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักลงทุนเข้ามาประกอบกิจการการ ท่องเที่ยวได้อีกช่องทางหนึ่ง

5. การตระหนักถึงความสำคัญในด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการสร้างตระหนักให้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชาชน ชุมชน กลุ่มเป้าหมายในภาคการท่องเที่ยวทั้งหมด ตลอดจนภาคีเครือข่าย นานาชาติในเรื่องของการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์สุขทางจิตใจและเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการรักษาสิ่ง แวดล้อมทรัพยากรการท่องเที่ยวสังคมและวัฒนธรรมภูมิปัญญาและประเพณีที่ดีงามตลอดจนอัตลักษณ์ ของแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ

6. การดำเนินงานระหว่างหน่วยงานที่ไม่ประสานกันซึ่งทุกฝ่ายต้องเปิดใจรับฟังกันมากขึ้นเพราะปัญหาของสังคมไทยในเกือบทุกๆด้านไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างราบรื่นให้สู่เป้าหมายเดียวกันเพราะทุกฝ่ายในสังคมมักจะใช้ออกาสในการพูดมากกว่าการรับฟังแล้วลงมือปฏิบัติปัญหาด้านการท่องเที่ยวก็เช่นกันทุกฝ่ายต้องรับฟังให้มากยิ่งขึ้นต้องฟังชุมชนและประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยววันๆบ้างและร่วมเสนอทางออกในแต่ละปัญหาเพื่อให้ทุกฝ่ายยอมรับและอยู่ร่วมกันให้สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนได้ทั้งระบบและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะได้ร่วมรับผลประโยชน์ที่แท้จริงอย่างแน่นอน

การเตรียมพร้อมสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพควรรีให้มีความสำคัญกับประเด็นต่อไปนี้ (สยามธุรกิจ, 2555)

1. การสร้างวิสัยทัศน์และกลยุทธ์เหมือนธุรกิจอื่นๆ วิสัยทัศน์เป็นการสร้างภาพในอนาคตขององค์กรไว้ให้มีความชัดเจน และสามารถสื่อสารให้คนในองค์กรสามารถรับรู้ได้ว่าในอนาคตธุรกิจ หรือชุมชน กำลังมุ่งหน้าไปสู่รูปแบบไหนและสร้างความชัดเจนในการกำหนดกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจควบคู่ไปด้วย

2. การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวสำหรับทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ ให้มีความสำคัญกับการพยายามสื่อสารกับลูกค้าหรือกลุ่มที่น่าจะเป็นลูกค้ามากขึ้นเพื่อดึงดูดให้มาใช้บริการซ้ำหรือดึงดูดลูกค้าใหม่ นอกจากนั้นการปรับตัวเพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสาร หรือการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อประโยชน์สำหรับ Loyalty Program ในอนาคต และเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ดียิ่งขึ้นเกี่ยวกับการพัฒนาและการปรับเปลี่ยนความต้องการของลูกค้า

3. ควรมีการวางแผนการจัดการประชาสัมพันธ์และการจัดพัฒนาระบบและความพร้อมด้านต่างๆ อย่างเหมาะสมควบคู่กันไปเสมอ เพราะการพัฒนาทางการท่องเที่ยวควบคู่กับการจัดโปรมโชนชั้นทางด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นรากฐานที่สำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรทางธรรมชาติ เป็นสิ่งที่อาจถูกทำลายได้โดยง่าย ดังนั้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมืออย่างระหว่างภาครัฐและเอกชนการเน้นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมากโดยขาดการพัฒนาความพร้อมทั้งในด้านของระบบสาธารณูปโภค การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก หรือแม้แต่การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้เหมาะสม อาจนำไปสู่ปัญหาด้านต่างๆ ของการท่องเที่ยวที่ทำให้ไม่สามารถรักษาแหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ในระยะยาว แทนที่จะเป็นการเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งภาคธุรกิจและชุมชน กลับกลายเป็นการฉวยโอกาสในการทำกำไรในระยะสั้นๆเท่านั้น ซึ่งสินค้าทางด้านการท่องเที่ยวโดยทั่วไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้คนหลายฝ่ายอาจจะเป็นในส่วนของรัฐบาลท้องถิ่นที่เข้ามาเกี่ยวข้อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชาวบ้านและชุมชน เช่น ขยะที่มากขึ้น มลพิษทางเสียงและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ปัญหาจราจร

4. การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสม เช่น โรงแรมจำนวนมากที่เรียกตัวเองว่าโรงแรม 4 ดาวหรือ 5 ดาว โดยขาดการจัดระดับจากหน่วยงานที่เหมาะสมอย่างแท้จริง โรงแรมจำนวนมากมีการกำหนดดาวให้ตนเอง มาตรฐานทางด้านการท่องเที่ยวควรครอบคลุมไปถึงธุรกิจต่างๆ ด้วย ทั้งมาตรฐานความสะอาด ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เป็นการใช้ออกาสเพื่อร่วมกันสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เข้มแข็ง สิ่งหนึ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันคือการมองว่าบริษัทอื่นๆ เป็นผู้ร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีมาตรฐานการให้บริการที่สูงขึ้น หากมีการร่วมมือตั้งใจพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจท่องเที่ยว อย่างจริงจังก็จะสามารถสร้างภาพรวมของธุรกิจให้ดีขึ้นรวมถึงทำให้มีการร่วมยกระดับมาตรฐานของธุรกิจท่องเที่ยวของไทยให้เติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืนอีกด้วย

จะเห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป มีความต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองได้ไปเยือนมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องให้การสนับสนุนชุมชนเพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตนเอง สรรหาวิธีการในการนำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชน สร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ช่วยให้การท่องเที่ยวกระตุ้นการบริโภควัฒนธรรมและความสร้างสรรค์ของท้องถิ่น และเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อช่วยให้ชุมชนมีจิตสำนึกรักชุมชนของตนไปพร้อมๆ กับแสดงความเข้มแข็งของชุมชนให้ผู้คนภายนอกเห็นผ่านนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นเสมือนตัวกลางในการสืบสานความมีเอกลักษณ์ของชุมชน นับเป็นการช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างยั่งยืนอีกด้วย

### บทสรุป

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการบูรณาการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วในแต่ละชุมชน ซึ่งบางแห่งมีการจัดการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์และจุดเด่นแตกต่างกัน แต่ก็มีบางแหล่งประสบปัญหาในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และบางแห่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวนำไปบริหารจัดการและวางแผนและพัฒนาให้มีความยั่งยืนต่อไป โดยเฉพาะชุมชนต่างๆ ที่มีความพร้อมในการพัฒนาให้มีความเข้มแข็งให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในความปลอดภัย ความสะอาด การให้บริการที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้มีความพึงพอใจและกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก

### เอกสารอ้างอิง

- กองประชาสัมพันธ์ในประเทศ ททท. (2555). ททท. แลดูความสำเร็จแคมเปญออนไลน์ **Discover the other You** โปรโมทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ **Creative Tourism** สูดยอดแห่งการตลาดเชิงประสบการณ์ **Marketing 3.0** สร้างสรรค์คุณค่าให้นักท่องเที่ยว. วันที่ค้นข้อมูล 3 กุมภาพันธ์ 2556, จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เว็บไซต์ :<http://www.tatnewsthai.org/newsdetail.php?newsID=2787&NEWS=1>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2555). **อพท. ชูแผนปี 56 อัศค.ชุมชนต้นรายได้โต10%**. วันที่ค้นข้อมูล 5 กุมภาพันธ์ 2556, จากกรุงเทพธุรกิจออนไลน์ เว็บไซต์ : <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/marketing/>

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. วันที่ค้นข้อมูล 5 กุมภาพันธ์ 2556, จาก e- TAT Tourism Journal จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว เว็บไซต์ <http://www.etatjournal.com/web/etat-journal/2011/2011-apr-jun/314-creative-economy>
- สยามธุรกิจ. (2555). **พัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. วันที่ค้นข้อมูล 5 กุมภาพันธ์ 2556, จากสยามธุรกิจออนไลน์. เว็บไซต์ : [http://www.siamturakij.com/home/news/display\\_news.php?news\\_id=413349031](http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413349031)
- เสาวรภย์ กุสุมา ณ อุษยา. (2553). **Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย**. วารสารนักรบริหาร 9(28) 19 สิงหาคม 2553. 23-28.
- ยูวดี นิรัตน์ตระกูล. (2555). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ต่อยอดเพิ่มค่าหาจุดต่าง Creative Tourism: BuildingUp, Value Added & Differentiation**. วันที่ค้นข้อมูล 4 กุมภาพันธ์ 2556, จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). เว็บไซต์ : <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2555). **โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Tourism Thailand**. วันที่ค้นข้อมูล 1 กุมภาพันธ์ 2556, จากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). เว็บไซต์ : [http://www.dasta.or.th/th/Sustain/detail\\_sustain.php?ID=391&SystemModuleKey=Create\\_ProAct](http://www.dasta.or.th/th/Sustain/detail_sustain.php?ID=391&SystemModuleKey=Create_ProAct)
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2555). **อพท. ร่วมกับ มช. ประกาศพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หวังท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพื่อชุมชนยั่งยืน**. วันที่ค้นข้อมูล 1 กุมภาพันธ์ 2556, จากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). เว็บไซต์ <http://www.dasta.or.th/creativetourism/th/523/113-ctnews/102-prnew1.html>
- ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (2554). **เที่ยวอย่างเข้าใจไปกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. วันที่ค้นข้อมูล 6 กุมภาพันธ์ 2556, จาก ASTV ผู้จัดการออนไลน์. เว็บไซต์ : <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9540000080464>
- SIAMEVENT MAGAZINE ONLIN. (2555). **ททท. แดงความสำเร็จแคมเปญออนไลน์ Discover the OtherYou โปรโมทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Tourism สุดยอดแห่งการตลาดเชิงประสบการณ์**. วันที่ค้นข้อมูล 5 กุมภาพันธ์ 2556, จาก siamevent.com. เว็บไซต์ : <http://siamevent.com/all-event/?p=32177>
- Greg Richards and Julie Wilson. (2007). **Tourism Creativity andDevelopment**. New York Simultaneously published in the USA and Canada by Routledge