

บทเรียนและแนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบบบูรณาการ

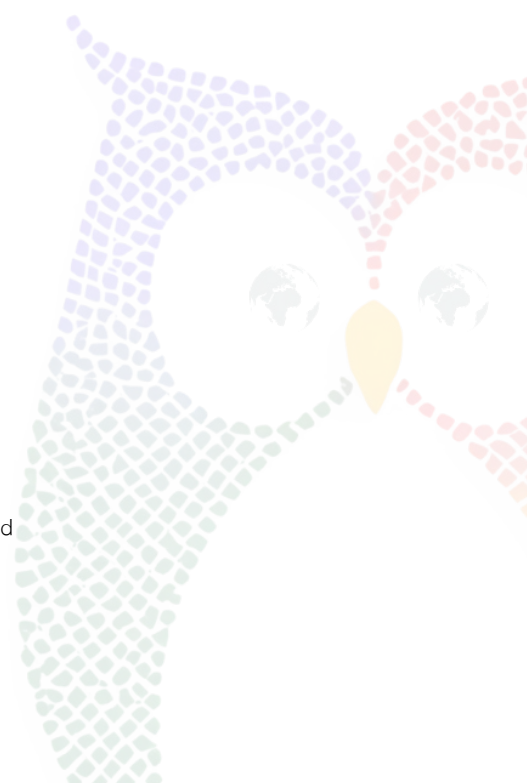
5

Lessons and an integrated approach
to creative tourism development

ยุวดี วงศ์วีระประเสริฐ¹
Yuwadee Wongweerasert

รับบทความ	25 เมษายน 2568
แก้ไขบทความ	27 ตุลาคม 2568
ตอบรับบทความ	28 ตุลาคม 2568

1 ดร., นักวิจัยปฏิบัติการ สถาบันเสริมศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200
Institute for Continuing Education and Human Resource, Thammasat University
2 Prachan Road, Phra Barom Maha Ratchawang, Phra Nakhon, Bangkok 10200, Thailand
E-mail: yuwadeesocio.tu@gmail.com



บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างคุณค่า (Value creation) บนฐานอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเอื้อต่อการรื้อฟื้นและตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนในการศึกษานี้ ผู้วิจัยมุ่งวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภูมิภาคเอเชียโดยเปรียบเทียบ แนวทางแบบขับเคลื่อนโดยรัฐบาลแบบบนลงล่าง (Top-down) กับ แนวทางแบบขับเคลื่อนโดยชุมชน (Bottom-up) แบบล่างขึ้นบน โดยใช้การวิเคราะห์เอกสารและกรณีตัวอย่างเชิงเปรียบเทียบ ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการขับเคลื่อนโดยรัฐ ช่วยกำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์และสร้างความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ขณะที่แนวทางการขับเคลื่อนโดยชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ความเป็นเจ้าของและการคงอยู่ของอัตลักษณ์ท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ทั้งสองแนวทางต่างมีข้อจำกัด จึงจำเป็นต้องบูรณาการให้เกิด ระบบการท่องเที่ยวที่สมดุลระหว่างพลังเชิงนโยบายและพลังจากฐานราก เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีความหมาย ควบคู่กับการเสริมพลังชุมชนและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมในระยะยาว

คำสำคัญ : การพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บูรณาการ

Abstract

Creative tourism has emerged as a transformative form of tourism that foregrounds value creation derived from local identities, ways of life, and local wisdom. It plays a pivotal role in revitalizing cultural heritage and enhancing community awareness of its intrinsic value. This study examines the development trajectories of creative tourism across Asia through a comparative analysis of state-driven (top-down) and community-driven (bottom-up) approaches. Drawing upon documentary analysis and comparative case studies, the findings indicate that top-down strategies provide strategic direction, institutional coherence, and infrastructural readiness, whereas bottom-up approaches cultivate participation, local ownership, and the safeguarding of cultural distinctiveness. Nevertheless, both approaches exhibit inherent constraints. The study therefore argues for an integrated, balanced model that synthesizes policy-level frameworks with grassroots dynamics to advance meaningful tourist experiences while strengthening community empowerment and fostering long-term economic and cultural sustainability.

Keywords: Development, Creative Tourism, Integration

บทนำ

ความคิดสร้างสรรค์เป็นแนวคิดกระแสหลักที่ถูกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพัฒนาให้เข้ามามีบทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือแปรรูปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ไปสู่วัฒนธรรมที่จับต้องได้ด้วยการบวนการสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น (Richards & Wilson, 2006) การเชื่อมโยงแนวคิดเรื่อง “ความคิดสร้างสรรค์” และ “การท่องเที่ยว” แสดงให้เห็นถึง “จุดเปลี่ยนเชิงสร้างสรรค์” (Creative turn) ที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวและแรงขับเคลื่อนสำคัญที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในพื้นที่การท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ที่มาจากการเกิดขึ้นของแนวปฏิบัติใหม่ในภาคการท่องเที่ยว

แม้ว่า การท่องเที่ยวที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องโดยมีบทบาทในการสร้างรายได้ทั้งจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้ง ยังส่งผลต่อการกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากปัจจัยภายนอก ทั้งสภาวะการณ์โลก พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ กระแสสื่อต่าง ๆ และอีกมากมาย ซึ่งส่งผลให้ต้องปรับตัวเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและยกระดับสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน อาจจะมีลักษณะที่ทับซ้อนกัน แต่ไม่ถือว่าเป็นสิ่งเดียวกันโดยสมบูรณ์ หากอธิบายในเชิงแนวคิดแล้ว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีขอบเขตที่กว้างกว่า และการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่ง/รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการนำหลักการไปใช้ในบริบทของชุมชน และหากพิจารณาในมิติของความสัมพันธ์ทั้ง 2 ส่วน อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถเกิดขึ้นได้ในหลายสถานที่และหลายมิติ เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มักเป็นรูปแบบที่เจาะจงลงไป โดยนำเอาหลักการของ “ความคิดสร้างสรรค์” และ “การมีส่วนร่วม” มาผนวกเข้าด้วยกันกับหลักการของการพัฒนาโดยชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระดับรากฐานได้อย่างยั่งยืน (Goodwin & Santilli, 2009)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) เป็นหนึ่งในแนวทางที่ถูกผลักดันให้เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ย่อยที่สำคัญภายใต้แผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2566–2580 โดยเน้นการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความหมายผ่านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของท้องถิ่น ซึ่งไม่เพียงตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่แสวงหาประสบการณ์เฉพาะบุคคลและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังสร้างคุณค่าเพิ่มจากทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อเป็นรากฐานในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชน (Richards, 2011) เมื่อเปรียบเทียบแนวคิดที่ผ่านมา ความคิดสร้างสรรค์มักจะถูกเชื่อมโยงกับ “ตัวบุคคล” โดยเฉพาะผู้มีพรสวรรค์ ผู้ที่เป็นปราชญ์ ตลอดจนผู้ที่มีความสามารถเฉพาะด้าน แต่ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมางานวิจัยของ Amabile (1996) ชี้ให้เห็นว่า ความสนใจได้เปลี่ยนไปเน้นที่ “ผลผลิตสร้างสรรค์” มากขึ้น และมองว่าความคิดสร้างสรรค์ ไม่ได้ผูกติดอยู่กับตัวบุคคล หากแต่เป็น “ปรากฏการณ์ที่ฝังตัวอยู่ในโครงสร้างทางสังคม” (Socially embedded creativity) ซึ่งครอบคลุมความสามารถของบุคคลอยู่ ฉะนั้น แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับบริบททางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่รายล้อม เพื่อเน้นย้ำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว (Frey, 2003) ด้วยเหตุนี้เอง ความคิดสร้างสรรค์ จึงกลายมาเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่เมืองและภูมิภาคต่าง ๆ ใช้ในการแข่งขันเพื่อความเจริญเติบโต เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาทักษะเฉพาะบุคคล ซึ่งสัมพันธ์กับกระแส

โลกาภิวัตน์ การแข่งขันทางเศรษฐกิจ การแปรรูปสิ่งของเป็นสินค้า (Commodification) และการเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้

กระบวนการทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มิได้จำกัดอยู่เพียงการส่งเสริมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมในระดับชุมชนเท่านั้น หากแต่ยังครอบคลุมการกำหนดนโยบายระดับมหภาค การส่งเสริมทรัพยากรเส้นทางปัญญา การออกแบบเมืองสร้างสรรค์และการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้ (UNESCO, 2022) อย่างไรก็ตาม รูปแบบการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละประเทศในภูมิภาคเอเชียยังมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนตามโครงสร้างอำนาจและกลไกการมีส่วนร่วม โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทางหลัก ได้แก่ แนวทางที่ขับเคลื่อนโดยรัฐ (Top-down approach) ซึ่งพบในประเทศอย่างเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ที่รัฐมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย กำกับงบประมาณ และกำหนดภาพลักษณ์ของประเทศผ่านกลยุทธ์ซอฟต์แวร์และวัฒนธรรมร่วมสมัย ขณะที่อีกแนวทางหนึ่งคือ การขับเคลื่อนโดยชุมชน (Bottom-up approach) ซึ่งพบได้ในประเทศไทยและอินโดนีเซีย โดยมุ่งเน้นการให้ชุมชนเป็นผู้นำในกระบวนการออกแบบและบริหารจัดการการท่องเที่ยว บนฐานของอัตลักษณ์และทรัพยากรท้องถิ่น

บทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระหว่างกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียที่ใช้กลยุทธ์แบบขับเคลื่อนโดยรัฐและการขับเคลื่อนโดยชุมชน เพื่อทำความเข้าใจข้อได้เปรียบ ข้อจำกัดและบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของแต่ละแนวทาง พร้อมทั้งเสนอแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ กระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและเสริมสร้างความยั่งยืนในระยะยาวทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ใช้แนวทางการขับเคลื่อนโดยรัฐ และแนวทางการขับเคลื่อนโดยชุมชน
2. เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีความยั่งยืน

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาผ่านเอกสาร (Documentary research) หรือการทบทวนวรรณกรรม (Literature review) ผ่านการรวบรวมข้อมูล เอกสารทางวิชาการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากมุมมองต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น รายงานการศึกษา แนวคิดของนักคิดคนสำคัญ รายงานวิจัยของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านท่องเที่ยว รวมถึงนโยบายระดับชาติของประเทศต่าง ๆ ที่เป็นตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาผ่านการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ซึ่งถือเป็นกระบวนการอีกขั้นหนึ่งหลังจากรวบรวมรวมเนื้อหาข้างต้นได้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดเน้นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเปรียบเทียบระหว่างแนวทางการขับเคลื่อนโดยรัฐและแนวทางการขับเคลื่อนโดยชุมชน เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อนจากบริบทพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถสะท้อนการ

วิเคราะห์ผลการศึกษาทั้งหมดและนำมาสรุปเป็นข้อค้นพบใหม่ได้ นั่นคือ แนวคิดการทำงานบนหลักบูรณาการที่ผสมผสานจุดแข็งและจุดอ่อนของทั้งสองแนวทาง เพื่อแก้ไขความท้าทายที่อาจต้องพบเจอและสร้างข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในประเทศไทย

การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแบบเน้นการขับเคลื่อนโดยรัฐ

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบขับเคลื่อนโดยรัฐนั้น มีลักษณะสำคัญ คือ ภาครัฐเข้ามามีบทบาทนำในการกำหนดทิศทาง นโยบายและแผนแม่บทที่ชัดเจน โดยมีการจัดสรรงบประมาณ ทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานจากส่วนกลางอย่างเป็นระบบและมาตรฐานผ่านการจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรเฉพาะทางที่รับผิดชอบโดยตรง นอกจากนี้ ภาครัฐยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนามาตรฐานของกิจกรรมท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ให้เป็นเอกภาพทั่วทั้งประเทศหรือภูมิภาค แนวทางดังกล่าวจะเน้นการเชื่อมโยงในระดับมหภาค โดยสนับสนุนการสร้างเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งการทำตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์รวมของประเทศหรือภูมิภาค นอกจากนี้ ยังมีการใช้ตัวชี้วัดและกระบวนการติดตามประเมินผลที่ชัดเจนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปตามเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ที่วางไว้

หลักการสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบแนวทางการขับเคลื่อนโดยรัฐ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic vision) ที่รัฐเป็นผู้กำหนดเป้าหมายและทิศทางอย่างชัดเจน โดยมองการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์ชาติที่สำคัญ ตามมาด้วยการบูรณาการนโยบาย (Policy integration) ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ รัฐยังมีบทบาทในการลงทุนและสนับสนุน (Government investment) ผ่านการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในโครงการต้นแบบและกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดจากภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งกระบวนการนี้จำเป็นต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ (Stakeholder engagement) พร้อมเปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้ประกอบการมีส่วนร่วมภายใต้กรอบที่รัฐกำหนดและยังต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอัตลักษณ์และทรัพยากรท้องถิ่น (Local identity and resources) เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่โดดเด่นและแตกต่างไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ ยังต้องพัฒนาและสร้างขีดความสามารถ (Capacity building) ผ่านการพัฒนาบุคลากรทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพบริการและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainability management) โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม พร้อมกับมีมาตรการที่ชัดเจนในการบริหารจัดการอย่างสมดุล สุดท้าย การส่งเสริมการตลาดเชิงรุก (Proactive marketing) ยังเป็นหลักการสำคัญที่รัฐต้องรับผิดชอบในการสื่อสาร สร้างแบรนด์ และการตลาดเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

ผลจากการศึกษา พบว่า ตัวอย่างกลุ่มประเทศที่ใช้แนวทางนี้ที่ใช้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบขับเคลื่อนโดยรัฐและประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่น ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ที่นำแนวคิดนี้ไปดำเนินการผ่านแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ ภายใต้ชื่อ *Creative Korea* ที่เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นแนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมร่วมสมัย เน้นส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบถือเป็นนโยบายระดับชาติของรัฐบาลเกาหลีใต้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative economy) อันมีเป้าหมายในการสร้างงาน สร้างตลาดใหม่ และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศผ่านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เข้ากับ

อุตสาหกรรมต่าง ๆ กว่า 18 แห่งทั่วประเทศเพื่อพัฒนานวัตกรรมที่มาจากพื้นฐานทางทรัพยากรที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น รวมทั้งมีบริการให้คำปรึกษาในการต่อยอดธุรกิจ สนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศให้สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2559)

โครงการนี้ได้รับการผลักดันอย่างเป็นระบบภายใต้แผนปฏิบัติการ “Creative Economy Action Plan” ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ในการ “สร้างความสุขยุคใหม่ให้แก่ประชาชนเกาหลีผ่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์” โดยมีเป้าหมาย 3 ประการ คือ เน้นให้เกิดการสร้างงานและตลาดใหม่ผ่านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เน้นให้เกิดการสร้างความเป็นผู้นำระดับโลกผ่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเน้นให้เกิดการสร้างสังคมที่เคารพและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ (Ministry of Strategy and Finance, 2002) นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ส่งเสริมโครงการต่างประเทศ เช่น “Korea Funds-in-Trust (K-Fit)” ซึ่งเป็นความร่วมมือกับองค์การยูเนสโก ในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศกำลังพัฒนา โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสร้างขีดความสามารถและการออกแบบนโยบายที่ยั่งยืนสำหรับวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (UNESCO, 2022) โครงการ Creative Korea จึงเป็นตัวอย่างของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่มีการวางแผนและดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายสนับสนุนทรัพยากร และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศ

ในขณะที่ญี่ปุ่น ใช้นโยบาย *Cool Japan* เป็นยุทธศาสตร์ระดับชาติของรัฐบาลญี่ปุ่นที่มุ่งส่งเสริมและเผยแพร่อิทธิพลทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นไปทั่วโลก โดยใช้ Soft power เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจและทันสมัย โครงการนี้ มีรัฐบาลเป็นผู้นำในการส่งเสริมทั้งในภาคอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างชัดเจน เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ประเทศในเวทีโลก โครงการนี้มีเป้าหมายในการส่งเสริมความเข้าใจและความนิยมในวัฒนธรรมญี่ปุ่น เช่น อนิเมะ มังงะ เกม แฟชั่น อาหาร และศิลปะดั้งเดิม กระตุ้นให้เกิดกระแสญี่ปุ่นนิยมในต่างประเทศ ทำธุรกิจในประเทศเป้าหมาย และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังประเทศญี่ปุ่นผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ Anime Tourism โดยความร่วมมือระหว่างสำนักพิมพ์ Kadokawa และพันธมิตร ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลญี่ปุ่นในด้านของเงินทุนและการอำนวยความสะดวกในการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยอนิเมะและมังงะ เพื่อให้ผู้คนโดยเฉพาะชาวต่างประเทศได้เข้าไปเยี่ยมชมสถานที่จริงตามที่ปรากฏในอนิเมะหรือมังงะที่ชื่นชอบ อีกทั้ง ยังเป็นการกระจายรายได้ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2559) และในปี พ.ศ. 2556 ที่ผ่านมา รัฐบาลญี่ปุ่นได้จัดตั้ง Cool Japan Fund Inc. ซึ่งเป็นกองทุนร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมวัฒนธรรมญี่ปุ่นในต่างประเทศ โดยกองทุนนี้มีบทบาทในการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยว การผลิตสื่อและการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและถือเป็นความพยายามของรัฐบาลญี่ปุ่นในการใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ แม้จะมีความท้าทาย แต่โครงการนี้ยังคงเป็นส่วนสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นสู่สายตาชาวโลก

สำหรับประเทศสิงคโปร์ พบว่า มีการดำเนินงานผ่านการลงทุนในพื้นที่สร้างสรรค์ ผ่านแนวคิด *Creative District* เริ่มต้นขึ้นในแผนแม่บทปี ค.ศ. 1822 (พ.ศ. 2365) ซึ่งวางแผนโดยท่านเซอร์ สแตมฟอร์ด ราฟเฟิลส์ ผู้ก่อตั้งประเทศสิงคโปร์ สถานที่แห่งนี้เกิดจากการวางผังเมือง โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนต่าง ๆ กระจายกันอยู่เลียบ Singapore River (แม่น้ำสิงคโปร์) และอาคารใหม่ ๆ ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับการค้าขายที่กำลังเจริญรุ่งเรือง โดยรัฐได้เข้ามามีส่วนร่วมโดยตรงในการส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ ศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง โครงการนี้ถือเป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการ

สร้างสรรค์พื้นที่หลายแห่งจากการพัฒนาและสนับสนุนโดยภาครัฐ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของประเทศ พื้นที่เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมศิลปะ การออกแบบและนวัตกรรม อาทิเช่น National Design Centre (NDC) ที่ตั้งอยู่ในย่าน Bras Basah-Bugis พื้นที่ศิลปะร่วมสมัยอย่าง Gillman Barracks ที่ตั้งของแกลลอรีศิลปะนานาชาติ ศูนย์วิจัย และร้านอาหาร โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัยหรือจะเป็น Somerset Belt เป็นโครงการของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่สำหรับเยาวชน โดยมี SCAPE เป็นศูนย์กลาง ซึ่งเป็นอาคารที่ให้พื้นที่สำหรับกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น การแสดงดนตรี การเต้นรำ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมอื่น ๆ โครงการนี้มีเป้าหมายในการสร้างพื้นที่ที่เยาวชนสามารถแสดงออกและพัฒนาทักษะของตนเองได้

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาแบบแนวทางการขับเคลื่อนโดยรัฐเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบขับเคลื่อนโดยรัฐ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เน้นบทบาทนำของภาครัฐในการกำหนดนโยบาย วางแผน และจัดสรรทรัพยากรจากส่วนกลางอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานและเครือข่ายเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในระดับมหภาค พร้อมทั้งส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ ภายใต้กรอบที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้แนวทางนี้ต่างให้ความสำคัญกับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาบุคลากร และการตลาดเชิงรุก เพื่อสร้างภาพลักษณ์และยกระดับการแข่งขันในระดับสากลอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแบบเน้นแนวทางการขับเคลื่อนโดยชุมชน

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนโดยชุมชนมีรากฐานสำคัญมาจากการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ในทุกกระบวนการของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว นับตั้งแต่การวางแผน การออกแบบกิจกรรม ไปจนถึงการบริหารจัดการและการติดตามผล โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและเสริมสร้างความยั่งยืนในระยะยาว (Afenyo-Agbe & Mensah, 2022) การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะยึดโยงกับทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ เช่น วิถีชีวิตของชุมชน ศิลปหัตถกรรม อาหารพื้นบ้านและความเชื่อท้องถิ่น ซึ่งจะถูกนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวโดยตรง มีหลักการกระจายผลประโยชน์อย่างเสมอภาคและเป็นธรรม เป็นหัวใจหลักสำคัญของการบริหารจัดการและต้องถูกทำให้เชื่อมั่นว่า รายได้ที่มาจากการท่องเที่ยวนั้นจะกลับคืนสู่ท้องถิ่นและคนในชุมชนอย่างทั่วถึง และไม่กระจุกตัวอยู่ที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพียงเท่านั้น

การเสริมสร้างศักยภาพของสมาชิกในชุมชน ทั้งในด้านความรู้ ทักษะและการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถพัฒนาและดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการตระหนักรู้ในคุณค่าของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ ซึ่งต้องได้รับพัฒนาและยกระดับควบคู่ไปกับการเปิดรับนักท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนที่มีลักษณะเป็นแบบสองทาง (Mutual exchange) โดยนักท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงผู้เสพบริการหรือมาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่เป็นผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการเพื่อสร้างการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ตามบริบทของชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม หลักการด้านความยืดหยุ่นในการออกแบบกิจกรรมก็มีบทบาทสำคัญเช่นกัน โดยชุมชนควรสามารถปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจเฉพาะของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคลที่มีคุณค่าอย่างแท้จริง สุดท้าย การส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว ถือเป็นการรักษามรดกวัฒนธรรมของชุมชนไปพร้อมกับการสร้างรายได้

ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวแบบเน้นแนวทางการขับเคลื่อนโดยชุมชน มิใช่เพียงเครื่องมือทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นกระบวนการสร้างอำนาจทางวัฒนธรรมและการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนอย่างยั่งยืน

ผลจากการศึกษา พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นตัวอย่างของการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแบบเน้นการขับเคลื่อนโดยชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Creative tourism เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 เป็นคำที่ถูกคิดขึ้นโดยโดยเกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) และคริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) ที่พยายามหาคำนิยามความหมายของรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีประสบการณ์ และมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเป็นประสบการณ์ที่สามารถนำมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตและการทำงานหลังการท่องเที่ยวได้อีกด้วย ซึ่งทั้งสองได้นิยามความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว” (Richards & Raymond, 2000)

โดยในปี พ.ศ. 2547 UNESCO ได้ดำเนินการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของโลก และริเริ่มโครงการ “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” (The Creative Cities Network) ขึ้นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative industries) ที่จะนำไปสู่รูปแบบใหม่ของความร่วมมือในระดับนานาชาติ ในภาคประชาชนเอกชน สาธารณะและประชาคม โดยในการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้จะเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมกับวิถีวัฒนธรรมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2551 เมื่อมีการประชุมนานาชาติครั้งแรก ณ เมืองซานตาเฟ ประเทศสหรัฐอเมริกา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ถูกให้นิยามความหมายใหม่ดังนี้ “การท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่” (Wurzbarger et al., 2009) ซึ่งมีความแตกต่างจากนิยามแรกตรงที่การให้ความสำคัญ และเน้นย้ำความผูกพันของนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน (Host and guests) ผ่านประสบการณ์ที่แท้จริง ด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ และมรดกวัฒนธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและความรู้ได้อย่างแท้จริง ขณะที่นิยามแรกจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพและการสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวโดยผ่านการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเฉพาะของพื้นที่ ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจดจำ ประทับใจและในท้ายที่สุดจะมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ได้ท่องเที่ยว (สุดแดนวิสุทธิลักษณ์, 2555)

ตัวอย่างกลุ่มประเทศที่ใช้แนวทางนี้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบขับเคลื่อนโดยชุมชนที่น่าสนใจ ได้แก่ ประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งในประเทศไทย รัฐบาลได้ประกาศนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจนขึ้นในปี พ.ศ. 2551 และมีการดำเนินการส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านโครงการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และมีการพัฒนามาสู่การนำวิถีวัฒนธรรมภูมิปัญญามาเชื่อมโยงเข้ากับการท่องเที่ยว โดยมีองค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เป็นผู้ขับเคลื่อนสำคัญผ่านการพัฒนาพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์จำนวน 9 แห่งทั่วประเทศ (องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2567) โดยแต่ละพื้นที่จะมีการนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและงานหัตถกรรมท้องถิ่น จุดเด่น คือ การที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เน้นความยั่งยืนและการสร้างประสบการณ์ที่แท้จริงให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะเด่นของแนวนี้นี้ คือ การเน้นให้เห็นลักษณะที่สำคัญ 5 เรื่อง ได้แก่ (1) เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน (2) เน้นการสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่

ลึกซึ้ง (3) เน้นการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง (4) ความแท้จริงในกระบวนการและผลิตภัณฑ์ และ (5) การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้มาเยือน

ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย มีเมืองท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงการนำแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาใช้ในหลายพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น เมืองเปอกาโลงัน อัมบอน บันดุง และจาการ์ตา ซึ่งเป็นตัวอย่างของการบริหารจัดการที่ผสมผสานระหว่างแนวทางของรัฐและชุมชนโดยให้ความสำคัญกับการวางโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกันตั้งแต่ระดับชาติจนถึงระดับท้องถิ่นผ่านการใช้กลยุทธ์ที่ผสมผสานทรัพยากรที่มีอยู่ เน้นย้ำการให้ความหมายทางวัฒนธรรม และลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ เมืองสร้างสรรค์ในอินโดนีเซียจึงเป็นต้นแบบที่มีคุณค่าสำหรับภูมิภาคอื่น ๆ ที่ต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวผ่านแนวทางการออกแบบพื้นที่สร้างสรรค์ ดังตัวอย่างโครงการที่น่าสนใจ เช่น “Kampung Kreatif Dago Pojok” ในเมืองบันดุง ที่เป็นโครงการความร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับศิลปินและกลุ่มที่ชื่อ Komunitas Taboo จัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคม โดยเฉพาะจากแก๊งมอเตอร์ไซด์ ด้วยการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของชุมชนที่เสื่อมโทรมให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ปัจจุบัน พื้นที่นี้มีกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ เช่น การจัดเทศกาล ศิลปะบนกำแพงและพื้นที่สร้างสรรค์สาธารณะ ที่ส่งเสริมการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในชุมชน เป็นการเน้นวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible culture) เช่น ประเพณี วิถีชีวิต ทำให้ไม่ต้องใช้งบประมาณสูง โดยให้ชาวบ้านมีบทบาทเป็น “ครู” ถ่ายทอดความรู้แก่นักท่องเที่ยวและช่วยสร้างความภาคภูมิใจทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการเสริมสร้างคุณค่าให้พื้นที่ท่องเที่ยวดั้งเดิม

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) ที่ช่วยยกระดับการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่มวลชนสนใจเข้าชมและถ่ายภาพสถานที่ที่น่าสนใจและมีความสำคัญในทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้เปลี่ยนพฤติกรรมมาสนใจในการท่องเที่ยวเชิงภาพลักษณ์ (Image) อัตลักษณ์ (Identity) วิถีวัฒนธรรม (Lifestyles) บรรยากาศ (Atmosphere) เรื่องเล่า (Narratives) การสร้างสรรค์ (Creativity) และสื่อ (Media) ที่เป็นวิถีวัฒนธรรมสามัญ (Everyday culture) เพิ่มมากขึ้น การท่องเที่ยวสร้างสรรค์จึงมีความสอดคล้องกับทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันและมีแนวโน้มจะสร้างความยั่งยืนในอนาคตได้

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO, 2006) ได้กำหนดนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือ การเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้นและนำมาซึ่งความเชื่อมโยงกับผู้คนซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่และเป็นผู้รังสรรค์วัฒนธรรมที่มีชีวิตนั้น”

ต่อมาในปี พ.ศ.2550 ที่คริสปิน เรย์มอนด์ ได้มีประสบการณ์การนำแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปดำเนินงานกับโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศนิวซีแลนด์ ได้ปรับนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ โดยนิยามไว้ว่า “เป็นรูปแบบอันยั่งยืนของการท่องเที่ยวซึ่งมอบความรู้สึกที่แท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการลงมือปฏิบัติและประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์อย่างไม่เป็นทางการ โดยการลงมือปฏิบัตินั้นเกิดขึ้นในกลุ่มขนาดเล็กที่บ้านหรือสถานที่ทำงานของผู้สอน โดยพวกเขายินยอมที่จะให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ความสามารถเชิงสร้างสรรค์ของตนเองไปพร้อม ๆ ไปกับได้ใกล้ชิดกับผู้คนในท้องถิ่นที่ได้มาเยือน” (Raymond, 2007)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับบริบทที่แตกต่างกันไป โดยถือเป็นทางเลือกหนึ่งของแนวทางเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเดิมให้มีคุณค่าสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ลงทุนน้อยที่สุด เนื่องจากการให้คุณค่าเพิ่มจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ทั้งประเพณี เนื่องจากการให้คุณค่าเพิ่มจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ทั้งประเพณี วัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Immaterial heritage) ทำให้รูปแบบของประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจมีได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การสร้างประสบการณ์ผ่านการเรียนรู้ (Learning) อาทิ การปั้นเครื่องสังคโลก ทอผ้า โดยสามารถใช้รูปแบบของการสร้างประสบการณ์ผ่านการจัดอบรม (Workshops) การชิม (Testing) อาหารท้องถิ่น ขนม การทำอาหาร/ เครื่องดื่มท้องถิ่น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างประสบการณ์ร่วมให้กับนักท่องเที่ยว กระบวนการมองมาเป็นระดับลงมือปฏิบัติ (Experience/ open ateliers) พร้อมกับสอดแทรกความรู้จากเจ้าของกิจกรรมไปด้วย เกิดการเปลี่ยนผ่านแนวคิดต่อการท่องเที่ยวแบบเดิมที่นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นเพียงผู้สังเกตการณ์ มาเป็นการมีส่วนร่วมโดยตรง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ของตนเองผ่านการเรียนรู้ที่เป็นลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ (Raymond, 2003)

ทั้งนี้ เกร็ก ริชาร์ด และ คริสติน เรย์มอนด์ ได้มีการกล่าวขยายความเพิ่มเติมในบทความที่ชื่อว่า Creative tourism (Richards & Raymond, 2000) ระบุว่า การพิจารณาว่า การท่องเที่ยวใดเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถพิจารณาได้จาก 3 เรื่อง ได้แก่

1. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเด็นสำคัญ

1.1 การเปลี่ยนผู้ชม ไปสู่ ผู้มีส่วนร่วม โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในแบบดั้งเดิมนั้น นักท่องเที่ยวมักจะถูกจัดวางในฐานะของ “ผู้เยี่ยมชม” เช่น การดูพิพิธภัณฑ์ การชมโบราณสถาน การชมการแสดงทางวัฒนธรรม เป็นต้น แต่ทว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบที่ตรงกันข้าม มีการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเป็น “ผู้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับชุมชน” เช่น การทำอาหารร่วมกับชุมชน การร่วมทำงานหัตถกรรม การลองดนตรีพื้นฐาน และอีกมากมาย เป็นการแสดงบริบทใหม่ของการจัดวางนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นเพียงการบริโภควัฒนธรรมเท่านั้น แต่ต้องเป็นผู้สร้างวัฒนธรรมร่วมกับเจ้าของพื้นที่ด้วย

1.2 ประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและความเฉพาะเจาะจง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว ได้เลือกประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความสนใจหรือทักษะเฉพาะของตนเอง เช่น ผู้ที่ชอบการทำอาหาร ก็จะเลือกกิจกรรมการทำอาหารร่วมกับชุมชน ผู้ที่ชื่นชอบหลงใหลในงานศิลปะก็จะเลือกเข้าร่วมกิจกรรมหัตถกรรมต่าง ๆ การปฏิสัมพันธ์ จึงมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นกิจกรรมทั่วไป แต่เป็นการเชื่อมโยงแบบปัจเจกและส่งเสริมความเข้าใจระหว่างบุคคล

1.3 บทบาทของชุมชน ที่ไม่ใช่แค่ “เจ้าบ้าน” แต่เป็น “ผู้ร่วมออกแบบประสบการณ์” การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับบทบาทของชุมชนท้องถิ่น ไม่ได้มีหน้าที่เพียงเป็นผู้ต้อนรับในฐานะเจ้าบ้านเท่านั้น หากแต่ต้องอยู่ในฐานะของผู้ที่เป็นส่วนหนึ่งของการร่วมออกแบบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ไม่ว่าจะเป็นในฐานะของผู้ให้ความรู้ ผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญา ผู้ออกแบบกิจกรรม เป็นการยกระดับอำนาจของชุมชนให้สามารถกำหนดได้ว่าประสบการณ์อะไรที่จะถูกสอดแทรกเข้าและถูกจำกัดอย่างไรต่างจากแนวคิดการท่องเที่ยวแบบเดิมหรือ Mass tourism ซึ่งชุมชนมักไม่มีสิทธิในการควบคุมเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่น่าเสนอ

1.4 การท่องเที่ยวแบบความสัมพันธ์ 2 ทาง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีลักษณะสำคัญอีกประการที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม ความสัมพันธ์ 2 ทาง เป็นรูปแบบของการ

แลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นระหว่างชุมชน (เจ้าบ้าน) และนักท่องเที่ยว ผ่านการทำกิจกรรมร่วมกัน ไม่ใช่การไปเยี่ยมชมเพียงด้านเดียว ความสัมพันธ์แบบ 2 ทางนี้ นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณีต่าง ๆ เปิดมุมมองใหม่ กระตุ้นแรงบันดาลใจและเป้าหมายต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวได้

2. ประสบการณ์ที่เป็นของแท้ (Authentic) และส่วนบุคคล (Personalized) แบ่งออกเป็น

2.1 ประสบการณ์ที่แท้จริง (Authentic experience) หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปสู่การเกิดประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ผ่านการใช้ชีวิตและการทำงานร่วมกันจริงกับผู้คนในท้องถิ่น แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิม ซึ่งนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์มาจากการรับชมการแสดงและเป็นเพียงกิจกรรมเพื่อสร้างความบันเทิงเท่านั้น

2.2 ประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Personalized experience) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถูกระบุว่า “ไม่มีโปรแกรมสำเร็จรูป” (Tucker & de Jong, 2017) และไม่มีกิจกรรมที่เป็นรูปแบบตายตัว เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการหนึ่งที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวกับชุมชนเจ้าของกิจกรรมได้เลือกเส้นทาง/แนวทางการท่องเที่ยวของตนเอง ผลจากการคัดเลือกนี้ ส่งผลให้ผู้เข้าร่วม เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า มีบทบาท รู้สึกตระหนักต่อบางสิ่งบางอย่างจากกระบวนการมีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรม

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเป็นสื่อกลาง เช่น หัตถกรรม ดนตรี ศิลปะ อาหาร ภาษา ฯลฯ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “กิจกรรม” ถือเป็นหัวใจหลักสำคัญที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากนักวิชาการอย่าง เกร็ก ริชาร์ด และ คริสปิน เรย์มอนด์ (Richards & Raymond, 2000) จากที่ระบุในข้างต้นว่าความแตกต่างที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนฐานะของนักท่องเที่ยวจากผู้ชม หรือเสพ เป็นผู้มีส่วนร่วมในการลงมือทำเพื่อส่งผลให้เกิดความเข้าใจข้ามวัฒนธรรม (Intercultural understanding) และทำให้ความสัมพันธ์มีความหมาย ฉะนั้น กิจกรรมที่เกิดขึ้นจึงจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นและเป็นไปตามความสนใจได้ อันเป็นการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนและสามารถสร้างเศรษฐกิจชุมชนได้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) ที่ปรากฏในงานวิชาการต่าง ๆ ในช่วงที่ผ่านมา ได้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาแบบบนลงล่างมาสู่แนวคิดแบบล่างขึ้นบนที่ยึดโยงกับการเสริมพลัง (Empowerment) และความยั่งยืน (Sustainability) ของชุมชนเป็นศูนย์กลาง โดยเริ่มต้นจากแนวคิดของ Murphy (1985) ซึ่งเน้นให้ชุมชนมีบทบาทโดยตรงในการจัดการทรัพยากรของตน ต่อมา Goodwin & Santilli (2009) ได้วางกรอบแนวคิดเชิงโครงสร้างที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ผ่าน 4 แกนหลัก ได้แก่ การมีส่วนร่วม การเป็นเจ้าของ การแบ่งปันผลประโยชน์ และการเสริมสร้างศักยภาพ ซึ่งกลายเป็นกรอบที่ถูกใช้อย่างแพร่หลายในงานวิจัยและโครงการพัฒนา CBT ในขณะที่ Afenyo-Agbe และ Mensah (2022) เสนอแนวคิด CBT ในกรอบของความยืดหยุ่น (Flexibility) และการวางระบบเชิงโครงสร้างที่ชุมชนสามารถควบคุมเงื่อนไขต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง และสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจเชิงระบบ (Systemic economic linkages)

จากการวิเคราะห์นี้จะเห็นได้ว่า แม้จะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไปตามยุคสมัยและบริบททางภูมิศาสตร์ แต่แก่นสำคัญของ CBT ที่นักวิชาการร่วมกันเน้นย้ำ คือ การคืนอำนาจให้ชุมชนตัดสินใจจัดการแบบมีส่วนร่วม การอนุรักษ์ทุนวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เกื้อหนุนต่อความยั่งยืนในระดับรากฐาน

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุคปัจจุบัน ไม่ควรจำกัดอยู่ที่แนวทางใดแนวทางหนึ่งเท่านั้น หากแต่ควรพิจารณาการบูรณาการจุดแข็งของทั้งแนวทางขับเคลื่อนโดยรัฐและแนวทางขับเคลื่อนโดยชุมชนเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดระบบการท่องเที่ยวที่มีทั้งประสิทธิภาพเชิงโครงสร้างและความยั่งยืนจากฐานราก

การบูรณาการทั้งสองแนวทางนี้ หากเป็นในเชิงโครงสร้าง รัฐสามารถมีบทบาทในการสร้างกรอบนโยบาย การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา การส่งเสริมแบรนด์สินค้าและการสนับสนุน การตลาดในระดับสากล (UNWTO, 2005) ขณะที่ชุมชนมีบทบาทเป็นผู้ออกแบบประสบการณ์ สร้างนวัตกรรม เชิงวัฒนธรรม และรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้คงอยู่ ภาครัฐจึงควรทำหน้าที่เป็น “ผู้อื้อ” (Facilitator) มากกว่า “ผู้ควบคุม” (Controller) โดยเปิดพื้นที่ให้ชุมชนสามารถนำเสนอองค์ความรู้ กำหนดเงื่อนไขของกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Goodwin & Santilli, 2009)

การบูรณาการดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิด Co-creation of value ที่นักท่องเที่ยวมิได้เป็นเพียง ผู้บริโภค (Consumer) แต่เป็น “ผู้ร่วมสร้าง” (Co-creator) ประสบการณ์ที่มีความหมายจากการเดินทาง ท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปฏิสัมพันธ์แบบสองทางร่วมกันกับเจ้าของบ้าน/ชุมชน (Richards & Raymond, 2000) ด้วยเหตุนี้ การจัดระบบการมีส่วนร่วม การกำหนดนโยบายและการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับ โครงสร้างทางเศรษฐกิจ และสังคม จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบูรณาการ ซึ่งการบูรณาการทั้งสองแนวทางนี้ ไม่ได้เป็นเพียงการร่วมประสานระหว่างการบริหารจัดการจากส่วนบน และจากฐานล่างเท่านั้น แต่ยังถือเป็นการออกแบบระบบการท่องเที่ยวที่สร้างสมดุลระหว่างพลังเชิงนโยบายและพลังของชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าร่วม (Shared value) ที่มีความยืดหยุ่น เป็นธรรมและยั่งยืนในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ประโยชน์ของการบูรณาการ แนวทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น อาจปรากฏได้ใน 3 เรื่อง ดังนี้

1. เสริมพลังร่วมระหว่างโครงสร้างนโยบายกับพลังของชุมชน (Policy-community synergy)

การบูรณาการช่วยเชื่อมโยง “นโยบายจากส่วนบน” กับ “พลังการขับเคลื่อนจากฐานราก” ได้อย่างสมดุล เป็นการสร้างความสอดคล้องและเกื้อหนุนกันระหว่างกลไกการวางแผนและกำหนดนโยบายในระดับมหภาค กับ พลังของชุมชนในระดับปฏิบัติการที่เป็นการเปิดพื้นที่ให้กับคนในท้องถิ่นสามารถมีบทบาทในการออกแบบ นโยบาย ร่วมบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง โดยมีรัฐเป็นผู้เอื้ออำนวย (Facilitator) มากกว่าการเป็น “ผู้ควบคุม” (Controller) (Bramwell & Lane, 2011) ผลลัพธ์ของการเสริมพลังร่วมกันนี้จะช่วยลดภาวะช่องว่างเชิงโครงสร้างที่มักเกิดขึ้นในระบบราชการ ซึ่งหลายครั้งนโยบายที่ออกจากส่วนกลาง ไม่ได้สะท้อนความต้องการของพื้นที่ หรือไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นจริงตามการเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังนั้น การผนึกกำลัง (Synergy) ระหว่างนโยบายภาครัฐกับชุมชนจึงทำให้นโยบายนั้นไม่เพียง มีทิศทางที่ชัดเจน หากแต่ยังมีแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสามารถปรับใช้ได้จริงในบริบทที่ หลากหลาย (Jamal & Getz, 1995) ตลอดจนยังช่วยสร้างเงื่อนไขเชิงระบบที่จำเป็นต่อความสำเร็จในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย ไม่ว่าจะเป็นในด้านการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยง สินค้าท้องถิ่นสู่ตลาด การสนับสนุนงบประมาณเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมของชุมชน การรับรองมาตรฐานให้กับ สินค้าท้องถิ่นหรือจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา และ การเสริมทักษะด้านการตลาดและสร้างแบรนด์โดยรัฐ ควบคู่กับเรื่องเล่าของชุมชน

2. เพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (Cultural sustainability with economic impact)

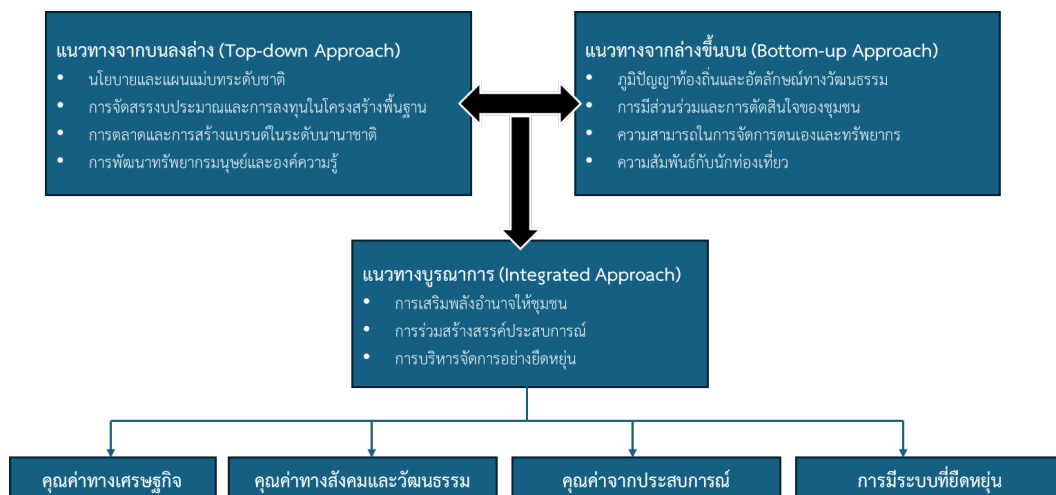
การบูรณาการแนวทางการท่องเที่ยวสามารถนำไปสู่การเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ วัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้ บทบาทของภาครัฐ คือ การส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐาน การตลาดและทรัพยากรสินทางปัญญา ขณะเดียวกันชุมชนก็สามารถวางบทบาทของตัวเองในฐานะผู้นำเสนอกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่แท้จริง เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจบนฐานทุนวัฒนธรรมเดิม (Cultural asset-based development) โดยไม่ทำลาย รากเหง้าของท้องถิ่น การดำเนินการควบคู่กันนี้สามารถนำไปสู่การขยายโอกาสในการแข่งขันในระดับสากล

โดยใช้แนวทางซอฟต์แวร์ของพื้นที่ผ่านความคิดสร้างสรรค์และการเล่าเรื่องที่มีความหมาย (Richards & Wilson, 2006)

3. สร้างระบบการท่องเที่ยวที่ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงได้ดี (Resilient and adaptive tourism system)

การบูรณาการแนวทางทั้งสองแบบช่วยสร้างระบบการจัดการที่ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง เช่น วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ฯลฯ โดยภาครัฐสามารถสนับสนุนในเชิงนโยบายและการเงิน ขณะที่ชุมชนสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วผ่านการออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบทของตนเอง นำไปสู่การสร้างระบบการท่องเที่ยวที่มีภูมิคุ้มกัน โดยระบบที่มีความยืดหยุ่นนี้จะส่งเสริมให้ภาครัฐ ชุมชน และนักท่องเที่ยว เกิดกระบวนการเรียนรู้เพื่อรับมือต่อความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ (Afenyo-Agbe & Mensah, 2022) ทำให้เกิดเป็นความสามารถของพื้นที่หรือชุมชนท่องเที่ยวในการรับมือกับแรงกระทบ และสามารถกลับสู่ภาวะปกติหรือสถานะใหม่ที่ดีกว่าเดิม ทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพและปรับโครงสร้างการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเงื่อนไขใหม่อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ดี นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาข้างต้น การบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ก็นับเป็นอีกส่วนที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน บทบาทสำคัญของเทคโนโลยีและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่เข้ามาเสริมสร้างประสิทธิภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและแตกต่าง การใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) และเทคโนโลยีความจริงเสมือน (Virtual reality) ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางการสื่อสารแต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างเรื่องราว (Storytelling) และสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวตั้งแต่ออนไลน์ การเดินทาง เกิดการขยายขอบเขตของประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ไปไกลเกินกว่าสถานที่จริง นักท่องเที่ยวจะสามารถใช้เทคโนโลยีในการสัมผัสบรรยากาศการเรียนรู้ของชุมชนผ่านการเดินทางด้วยวิธีการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR code) การชมวิดีโอแบบ 360 องศา เพื่อแสดงถึงขั้นตอนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงจบ การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อศึกษาดูรายละเอียด/คำอธิบายของภาพจิตรกรรมที่มีคุณค่าของชุมชน นอกจากนี้ การพัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะสำหรับชุมชน (Community-specific apps) หรือการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ในการสร้างระบบการชำระเงินที่โปร่งใสและเป็นธรรม อีกทั้งยังช่วยให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างอิสระและยั่งยืนมากขึ้น ชุมชนสามารถจัดตารางเส้นทาง การท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ การจองห้องพักและสินค้าชุมชน เพื่อสร้างความมั่นใจว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจะถูกกระจายมาอย่างสมาชิกของชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจที่เปิดโอกาสให้ชุมชนเติบโตได้ การบูรณาการแนวคิดเหล่านี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการตอบสนองต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล และช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างครบวงจร



ภาพที่ 1 Model สรุปแนวความคิดการบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์จากการศึกษา
ที่มา: ผู้ศึกษา, 2568

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ เป็นแนวทางของการผสมผสานจุดแข็งของแนวทางการขับเคลื่อนโดยรัฐ เป็นพลังนโยบายทำหน้าที่เอื้ออำนวย กำหนดกรอบนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ จัดสรรงบประมาณ ประสานความร่วมมือทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาดและภาพลักษณ์ และแนวทางการขับเคลื่อนโดยชุมชน เป็นพลังชุมชน ในการสร้างสรรค์สร้างประสบการณ์และดำรงรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีบทบาทในการออกแบบกิจกรรม ออกแบบประสบการณ์ร่วม มีบทบาทเป็นผู้ถ่ายทอด/เล่าเรื่อง กำหนดเงื่อนไขที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของตนเอง และไม่ทำให้วัฒนธรรมถูกลดทอนคุณค่าเพื่อการค้าเพียงอย่างเดียว

ข้อท้าทายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แสดงศักยภาพหรือความสามารถของนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมในวิถีชีวิตและรับประสบการณ์เรียนรู้โดยตรงกับผู้คนในพื้นที่ มิใช่การท่องเที่ยวที่มาเพื่อดูหรือสังเกตการณ์การทำกิจกรรมหรือซื้อสินค้าในท้องถิ่นเพียงเท่านั้น แต่ยังต้องการให้ผู้เข้ามาท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติและสัมผัสการทำด้วยตนเอง จะมีกิจกรรมหรือวิถีทางที่มีความเหมาะสมในเชิงพื้นที่และโดดเด่นในเชิงกระบวนการ และแสดงให้เห็นถึงมรดกวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ ทั้งนี้ แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นแนวทางที่มีศักยภาพสูงในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม แต่ยังคงความท้าทายและข้อจำกัดสำคัญ หลายประการที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในทางปฏิบัติ เช่น

1. ความไม่สมดุลของอำนาจในการกำหนดทิศทาง (Power asymmetry in tourism governance)

หนึ่งในอุปสรรคสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทที่เน้นการขับเคลื่อนจากบนลงล่าง คือ ปัญหาความไม่สมดุลของอำนาจในการกำหนดทิศทาง ซึ่งสะท้อนออกมาในหลายลักษณะ ประการแรก คือ การลดทอนอำนาจของชุมชนในการจัดการตนเอง โดยแม้จะมีการกล่าวอ้างถึง “การมีส่วนร่วม

ร่วม” แต่ในเชิงปฏิบัติก็มักปรากฏเพียงในรูปแบบของ Tokenism ที่ชุมชนมีสถานะเป็นเพียงผู้รับนโยบายโดยไม่มีอำนาจตัดสินใจอย่างแท้จริง ประการที่สอง คือ การกำหนดวาระการพัฒนาจากคนภายนอกชุมชน ซึ่งทำให้ทิศทางของโครงการท่องเที่ยวหลายแห่งสะท้อนเป้าหมายของรัฐหรือกลุ่มทุน มากกว่าความต้องการและความเหมาะสมของชุมชนเจ้าของพื้นที่ (Scheyvens, 2002) และประการสุดท้าย คือ หากความหมายของการท่องเที่ยวไม่ชัดเจน อาจนำไปสู่การจำลองวัฒนธรรมแบบตื้นเขินที่เน้นการผลิตซ้ำเพื่อเป้าหมายทางการตลาดโดยไม่สะท้อนความหมายดั้งเดิมของชุมชน ส่งผลให้วัฒนธรรมกลายเป็นเพียงเครื่องมือทางการตลาดมากกว่ามรดกทางอัตลักษณ์ (MacCannell, 1999) สถานะเหล่านี้ไม่เพียงลดทอนความยั่งยืนของการพัฒนาท่องเที่ยว แต่ยังบั่นทอนศักดิ์ศรีและความเป็นเจ้าของวัฒนธรรมของชุมชนในระยะยาวด้วย

2. ความเสี่ยงจากการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า (Cultural commodification) สอดคล้องกับข้อที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นการใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นจุดขายหลัก ซึ่งหากไม่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและแนวทางการสื่อสารอย่างรอบคอบ รอบด้าน อาจนำไปสู่การ “จำลองวัฒนธรรมซ้ำ ๆ” เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายทางการตลาดมากเกินไป โดยขาดการคำนึงถึงบริบทที่แท้จริงหรือความหมายเชิงวัฒนธรรมของชุมชน (Richards & Wilson, 2006; Zukin, 2010) ผลที่ตามมา คือ การเสื่อมถอยของคุณค่าทางจิตวิญญาณและการแปรรูปเรื่องราวที่เป็นวิถีชีวิตประจำวันเป็นเพียงสินค้าเพื่อการบริโภค โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ที่ “แปลกใหม่” หรือ “แท้จริง” (MacCannell, 1999) ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นและพบได้อย่างชัดเจนในหลายพื้นที่ทั้งในต่างประเทศและสังคมไทย เมื่อการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์และชุมชนจำเป็นต้อง “บรรจุ” วัฒนธรรมของตนให้อยู่ในรูปแบบที่ขายได้ เข้าใจง่าย และน่าดึงดูดสำหรับตลาด ซึ่งมักส่งผลให้ความหมาย ความลึกซึ้งและบริบททางวัฒนธรรมที่แท้จริงถูกลดทอน หรือ “การถูกทำให้เรียบง่าย” (Simplify) เพื่อความบันเทิงหรือตอบสนองการบริโภค ทั้ง ๆ ที่มีมิติที่ละเอียดละออและซับซ้อน (Greenwood, 1989; Richards & Wilson, 2006)

ในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เมื่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน การทอผ้าหรือการรำพื้นเมือง ถูกทำให้กลายเป็น “แพ็คเกจของประสบการณ์” คล้ายโปรแกรมการท่องเที่ยวและนำเสนอแบบซ้ำเดิมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงพาณิชย์ โดยที่สมาชิกในชุมชนอาจไม่ได้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการออกแบบหรือควบคุมกิจกรรมเหล่านี้ ความสัมพันธ์ที่เคยเป็น “ความร่วมมือเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้” จึงกลายเป็น “ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค” และทำให้ชุมชนสูญเสียอำนาจในการควบคุมความหมายของวัฒนธรรมของตน (Cohen, 1988)

ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถรักษาสสมดุลระหว่าง “คุณค่าทางวัฒนธรรม” และ “มูลค่าทางเศรษฐกิจ” โดยไม่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าในแบบที่ลดทอนความหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยแนวทางหนึ่งที่ต้องดำเนินการร่วมกัน คือ การส่งเสริมให้ชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดขอบเขต กำกับและอธิบายวัฒนธรรมของตนในแบบที่สะท้อนอัตลักษณ์จริง รวมถึงการออกแบบกิจกรรมที่ยึดหยุ่นตามบริบทและความสนใจของผู้เข้าร่วม (Richards, 2011)

3. ศักยภาพของชุมชนและระบบสนับสนุนในระดับท้องถิ่น (Local capacity and institutional gaps) โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทหรือเมืองรอง ชุมชนจำนวนมาก ยังขาดทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว และการออกแบบกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์หรือแม้แต่การเข้าถึงทรัพยากร เช่น แหล่งเงินทุน เทคโนโลยีหรือระบบการตลาด (Afenyo-Agbe & Mensah, 2022) ความขาดแคลนเหล่านี้ส่งผลทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขาดความต่อเนื่อง และไม่สามารถขยายผลได้ในระยะยาว อีกทั้ง ยังอาจทำให้ชุมชนต้องหันไปพึ่งพาปัจจัยภายนอกมากเกินไป แทนที่จะยืนอยู่ได้ด้วยตนเอง

นอกเหนือจากความท้าทายที่ปรากฏในข้างต้น แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ อาจยังมีจุดแข็งและจุดอ่อนในการพัฒนาที่ควรร่วมกันพิจารณาอย่างน้อย ใน 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ สามารถเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการทำงานเชิงนโยบายที่ชัดเจนได้ เพื่อให้ท้องถิ่นดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและมีทิศทางเดียวกันได้ อย่างไรก็ตาม พบว่าจุดอ่อนที่สำคัญที่อาจเกิดขึ้นคือ การกำหนดนโยบายดังกล่าวอาจขาดความยืดหยุ่นจากการพิจารณาบริบทพื้นที่ที่อาจไม่สอดคล้องต่อความหลากหลายในชุมชน (2) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ สามารถเป็นนโยบายที่นำมาสู่กลไกการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐาน การตลาด และการสร้างแบรนด์ในระดับสากลได้ ขณะที่จุดอ่อนที่สำคัญ คือ ชุมชนอาจเป็นเพียงผู้สนอง/รับนโยบายจากส่วนบน และขาดอำนาจในการตัดสินใจ เกิดความเสี่ยงต่อความยั่งยืน และ (3) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ จะสามารถช่วยเสริมภาพลักษณ์ของประเทศได้จากการเป็นยุทธศาสตร์ชาติ ดังตัวอย่างในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก แต่จุดอ่อนที่สำคัญ คือ ความเสี่ยงด้านวัฒนธรรมและความจริงแท้ที่อาจเกิดการสูญเสียคุณค่าและความหมายไป เพราะเมื่อรัฐเป็นผู้กำหนดแนวทาง การจำลองวัฒนธรรมต่าง ๆ จะกลายเป็นเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งท้ายที่สุด หากไม่มีกลไกและแนวทางในการบริหารจัดการในระยะยาว จะส่งผลให้ชุมชนสูญเสีย “ความจริงแท้” ทางวัฒนธรรม ตลอดจนลดทอนความหมายไปในที่สุด

ด้วยเหตุนี้เอง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เชิงบูรณาการ เมื่อเชื่อมโยงกับสถานการณ์การท่องเที่ยวทั้งบริบทพื้นที่ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา จะทำอย่างไรที่จะให้การท่องเที่ยวเพียงเพื่อเข้าชมสถานที่ ถ่ายรูปแล้วเดินทางกลับ ปรับเปลี่ยนไปเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกับเจ้าของพื้นที่ ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนในทางใดทางหนึ่ง แนวทางแบบขับเคลื่อนโดยรัฐและขับเคลื่อนโดยชุมชนจึงอาจตอบโจทย์ความท้าทายนี้ได้ โดยรัฐควรทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนและให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวร่วมกันออกแบบประสบการณ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการที่ซับซ้อนได้ ผ่านการนำเทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางในการค้นหากิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน จัดทำคลังข้อมูลการท่องเที่ยวและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ สร้างแพลตฟอร์มการจองหรือชำระเงินที่เอื้อต่อชุมชนในทุกระดับ เปิดโอกาสให้ชุมชนเล็ก ๆ ที่มีคุณค่าการท่องเที่ยวแบบจริงแท้ได้แสดงศักยภาพสู่สายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก

สรุป

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุคปัจจุบัน ไม่ควรจำกัดอยู่ที่แนวทางใดแนวทางหนึ่งเท่านั้น หากแต่ควรบูรณาการจุดแข็งของทั้งแนวทางการขับเคลื่อนโดยรัฐ และแนวทางการขับเคลื่อนโดยชุมชนเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีทั้งประสิทธิภาพเชิงโครงสร้างและความยั่งยืนจากฐานราก ซึ่งการบูรณาการทั้งสองแนวทางนี้ สามารถนำไปสู่การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยมีการกระจายอำนาจอย่างสมดุล (Bramwell & Lane, 2011) ทั้งในเชิงโครงสร้างที่รัฐสามารถเข้ามามีบทบาทในการสร้างกรอบนโยบาย การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมแบรนด์และการสนับสนุนการตลาดในระดับสากล ในขณะที่ชุมชนมีบทบาทในฐานะของผู้ออกแบบประสบการณ์ ผู้สร้างนวัตกรรมเชิงวัฒนธรรมและรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้คงอยู่ เปิดพื้นที่ให้ชุมชนสามารถนำเสนอองค์ความรู้ กำหนดเงื่อนไขของกิจกรรมและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งมีภาครัฐควรทำหน้าที่เป็น “ผู้เอื้อ” (Facilitator) ให้เกิดการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ มากกว่า “ผู้ควบคุม” (Goodwin & Santilli, 2009) อันเป็นหัวใจสำคัญของการบูรณาการที่แท้จริง

การบูรณาการทั้งสองแนวทางไม่ได้เป็นเพียงการประนีประนอมระหว่าง “แนวทางการบริหารจัดการจากบน” และ “แนวทางการบริหารจัดการจากล่าง” เท่านั้น แต่คือ การออกแบบระบบการท่องเที่ยวที่สร้างสมดุลระหว่าง พลังเชิงนโยบาย และ พลังของชุมชน เพื่อสร้างคุณค่าร่วม (Shared value) ที่มีความยืดหยุ่น เป็นธรรม และยั่งยืนในระยะยาว โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้ สร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนกับชุมชนท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากระบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมวลชนไปสู่การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าทางประสบการณ์ จากความจริงแท้และการมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ (Richards & Raymond, 2000) อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ ความไม่สมดุลของอำนาจในการกำหนดทิศทาง ความเสี่ยงจากการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า และการขาดศักยภาพในระดับท้องถิ่น ดังนั้น แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอนาคตควรมุ่งสร้างคุณค่าร่วม ผ่านการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชนและการยกระดับทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นไปสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การท่องเที่ยวกลายเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม เสริมพลังชุมชนและส่งเสริมศักยภาพของมนุษย์อย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2555). *โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2566–2580*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2559). *Creative Economy: พลังแห่งความคิดสร้างสรรค์เพื่อเศรษฐกิจใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.
- องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2567). *รายงานโครงการพัฒนาพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- Afenyo-Agbe, Y., Mensah, I. (2022). Community-based tourism and resilience: A framework for post-COVID-19 recovery. *Journal of Ecotourism*, 21(1), 1–17.
<https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2027625>
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Boulder: Westview Press.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371–386.
- Frey, B. S. (2003). *Arts & economics: Analysis & cultural policy*. Berlin: Springer.
- Goodwin, H., Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: A success?* ICRT Occasional Paper 11. International Centre for Responsible Tourism.

- Greenwood, D. J. (1989). Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. In V. L. Smith (Ed.), *Hosts and guests: The anthropology of tourism* (2nd ed.), pp. 171–185. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Jamal, T., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204.
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class* (2nd ed.). Berkeley: University of California Press.
- Ministry of Strategy and Finance. (2002). *Creative Economy Action Plan*. Government of Korea.
- Government of the Republic of Korea. (2013). *Creative economy action plan and measures to establish a creative economic ecosystem*. Seoul: Government of the Republic of Korea.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. New York: Methuen.
- Raymond, C. (2007). *Creative tourism in New Zealand: A practical guide for the development of creative tourism*. Wellington, New Zealand: Creative Tourism New Zealand.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23(8), 16–20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*. Harlow: Pearson Education.
- Tucker, H., & de Jong, J. (2017). Intercultural exchange and mutuality in volunteer tourism: The case of Intercambio in Ecuador. *Tourism Studies*, 17(3), 327–343. <https://doi.org/10.1177/1468797616687189>
- UNESCO. (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism. In *Discussion report of the planning meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, U.S.A., October* (pp. 25–27). Paris: UNESCO/ Creative Cities Network.
- UNESCO. (2022). *UNESCO Creative Cities Network* (Report and guidelines). Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Retrieved Nov 10, 2025, from <https://en.unesco.org/creative-cities/>
- UNWTO. (2005). *Tourism and Local Agenda 21: The role of local authorities in sustainable tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
- Wurzburger, R., Aageson, T., Pattakos, A., & Pratt, S. (Eds.). (2009). *Creative tourism: A global conversation*. Santa Fe, NM: Sunstone Press.
- Zukin, S. (2010). *Naked city: The death and life of authentic urban places*. New York: Oxford University Press.